

有奖征集抱犊精品酱油、食醋产品名称、标识

2016年是山东省枣庄市抱犊调味品有限责任公司成立六十周年,为提升抱犊产品的市场竞争力,做大做强枣庄当地品牌,经公司研究决定,将面向社会征集抱犊精品酱油、食醋产品名称、标识(标签)。方案如下:

- 一、征集内容
 - 1、产品名称
 - 2、标识(标签)
- 二、征集范围

面向专业广告公司、设计工作室、社会各界及对设计感兴趣并具备相应能力的应征人。
- 三、要求
 - 1、要体现本公司是1956年建厂的枣庄老字号企业,标识(标签)中有1956等元素。
 - 2、要体现本公司产品的生产是在采用了古法传统工艺精髓的基础上,又融入了现代高新的生产技术。
 - 3、此两种产品是本公司最高档次产品。
 - 4、标识(标签)为全标(包瓶一周),主面由名称和图案组成,名称可用汉字、拼音或英文,也可采用缩写方式;侧后面为配方、营养表、厂名厂址、条码等内容。规格为:长26.0cm×高10.6cm。
 - 5、产品名称、标识(标签)要独特、新颖、大气,且寓意深刻、具有前瞻性和时代感。
 - 6、标识(标签)图案清晰、明快、简洁,色彩搭配合理、醒目,图案、文字、符号等组合协调统一,视觉冲击力强。

目,图案、文字、符号等组合协调统一,视觉冲击力强。
7、所有参与应征提交的作品均不退还,请应征者自留底稿。

- 四、参与方式
 - 1、直接面交。
 - 2、发送电子邮件。电子信箱:BDTW666@163.com
 - 3、联系电话:0632-3759712
- 五、投稿截止日期

本次征集活动投稿截止日期为2015年12月19日。
- 六、奖项设置

分别设一等奖1名,奖金5000元;二等奖2名,奖金各1000元;入围奖若干名,赠送精美礼品一份。
- 七、权属说明
 - 1、中奖作品的著作权、版权等一切权益归征集人所有。
 - 2、应征者应当保证其提交的应征作品为独立完成原创作品,同时未曾授权他人对作品进行任何形式的发表、使用或开发,且最终使用人在使用该设计方案的任何一部分时,免受第三方提出的侵犯其专利权、商标权或工业设计权等的起诉。否则,一切责任由原创者自负。

本实施方案未尽事宜,由组委会办公室负责解释。
山东省枣庄市抱犊调味品有限责任公司
2015年10月16日

家电圈一周要闻

- 1、2015年11月底,中国空气净化器绿色产品评定标准制定启动会在环保部环境认证中心召开。为规范空气净化器市场,环保部环境认证中心与清华大学建筑环境检验中心等单位将共同制定中国空气净化器绿色产品评定标准,值得关注的是,这项标准将对室内空气净化器去除PM2.5等污染物的去除率提出直接要求。
- 2、2015年11月底,据中怡康发布数据显示,2015年10月,包括手机和3C产品在内的整体家电市场规模达1313亿元,较去年同期增长1.2%。与此同时,支撑整个大盘的彩电、冰箱、洗衣机、空调、冰柜五大家电产品的零售量和零售额双双出现负增长。
- 3、11月23日,美菱电器近期发布定增预案显示,公司拟以不低于5.72元/股非公开发行不超过2.74亿股,募集资金总额不超过15.7亿元,投入智能制造、智能研发以及智慧生活三大平台建设项目和补充流动资金,建设智能生态圈。
- 4、11月23日,从国家认监委获悉,中国质量认证中心(CQC)与台湾电子检验中心(ETC)于11月21日在第六届海峡两岸标准计量检验认证认可及消费品安全研讨会期间,签署了战略合作伙伴关系协议,并与台湾工业技术研究院(ITRI)签署了光伏产品认证合作意向书。两岸相关技术机构将在电子元器件、光伏产品等检测认证、共通技术标准制定等领域展开合作。
- 5、2015年11月底,我国净水行业首部权威消费指导文件《2015中国净水行业消费白皮书》正式发布。白皮书指出,目前我国净水设备行业存在着品牌众多、价格虚高、产品质量参差不齐等现象,不少品牌售后体系不完善,从业人员资质不一,难为用户提供可靠的安全服务。
- 6、11月25日,首届中国企业网购高峰论坛在京举办,论坛上赛迪顾问联合中国电子报社发布了国内首个《中国自营式企业网购分析报告》。报告显示,2015年中国电子商务市场整体交易规模为16.2万亿元,其中企业网购家电类产品,平板电视占比最高。企业采购向电商化转型成为一个趋势,据预测,2016-2018年中国企业网购市场将迎来风口。
- 7、11月25日,创维数码举办了2015/16财年中期业绩说明会,截至2015年9月30日,创维集团营业额为195.49亿港元,比去年增加5.8%,毛利40.23亿港元,较去年同期增加11.4%,总盈利9.85亿港元,较去年同期增加8.5%。值得注意的是,在传统五大彩电巨头中,除创维、海信仍在盈利外,TCL、康佳、长虹的彩电业务均陷入亏损。
- 8、11月26日,西方感恩节。当天上午,乐视CEO贾跃亭发了一封致全体员工的内部信。贾跃亭在信中透露,乐视移动智能完成首轮融资5.3亿美元,成为乐视7大子生态中首轮融资额最高的公司,还创造了行业首轮融资最高纪录。
- 9、11月26日晚间,奥马电器发布公告称,公司高管层集体辞职。奥马电器的副总裁、董事会秘书何石琼在接受电话采访时表示,奥马电器今后将实施冰箱、互联网金融双主业,“奥马冰箱的管理团队不会改变”,只是上市公司高管层变化而已。
- 10、2015年11月底,华帝股份董事长潘叶江向媒体介绍了该公司战略层面中的一些重要举措。他表示,未来,公司将在微蒸烤(微波炉、蒸汽炉、烤箱)和洗碗机行业谋求突破,拓宽业务领域,没有局限。
- 11、11月26日,LG Display正式宣布将投资1兆8400亿韩元(约合人民币103.04亿元)建立专门生产大尺寸及柔性OLED面板的P10工厂。总投资预计将超过10兆韩元(约合560亿元),将建设9世代以上的生产线,并于2018年投产,建成后将是全球最大的以生产OLED为主的面板生产线。

互联网时代

榜样是最坏的示范

互联网时代,榜样正在失去示范、标杆的价值。向成功者学习,可能走上一条不归路。互联网时代的成功者有一个特点:成功正在变得简单,但简单并不一定能成功。

互联网时代的成功,是颠覆与迭代的成功,并且颠覆来自边缘,未来不可预期。所以,有人说互联网时代的成功者是这样的:瞄准A点创业,结果却走向了B点,最后在C点成功了。这就是典型的“先打枪,再瞄准”。马云绝对想不到他的成功是因为淘宝(C2C),因为他最初是做阿里巴巴(B2B)的。马云做淘宝只是为了防止易趣的C2C成功后再向B2B延伸,从而进入阿里巴巴的领地。但是如果没有淘宝,马云不会像现在这样成功,并且马云现在做的“生态圈”,原来压根儿就不存在。

互联网时代的成功,其实又是很简单的,多数是单点的成功。因为成功得太简单,所以一些传统大佬是不屑的:这算什么呀?太简单了!

十年前,“系统”这个词曾经很流行,但中国的创业者多数是单点突破取得成功的。单点突破后当然要通过系统



巩固成果,这就需要系统。所以,单点是突破的力量,系统是巩固的力量。

现在又不流行系统了,颠覆时代是不流行系统的。单点的颠覆,当然降低了成功的门槛,所以成功变得简单了。

颠覆的门槛低了,创业变简单了,这是很好的事情。所以现在的颠覆与创业,行动能力最重要,因为没法评估风险,传统的项目评估根本无用。

互联网时代成功者的第

二个特点是:虽然成功变简单了,但成功的单点却是不断变化的。这意味着,别人用简单的方法成功了,你却很难用同样的办法成功。

一个简单的方法成功了,会产生两个效应:一是跟风,跟风会抬高门槛;二是信息疲劳。

都以为互联网是去中心化的,其实去中心化更能创造中心化的奇迹。马云、雷军在他们成功的那个点上并没有花多少钱,那么他们为什么会

成为风云人物呢?是因为“网上口碑”。过去的口碑,口口相会,很慢;后来的大众传播,虽然很快,但那是广告,不是口碑。互联网的出现,每个人都是自媒体,每个人都是传播源,于是,口碑得以在网上传播。

正是“网上口碑”,让那么多奇迹得以诞生。然而,你却不能指望同样的口碑能够重复在网上传播。“网上口碑”要具备传播价值,一要具备口碑,二要具备传播价值。所以,网上传播了马云,就不会再传播“马云第二”;有了小米的成功,凡客的陈年想复制雷军的成功,就不具备“网上口碑”的传播价值了,这是传播效应递减。过去大众媒体的广告恰恰与此相反,传播次数越多,效果越好。

这就造成了现在颠覆与创业的一个现象:简单可以成功,但重复的简单很难成功,榜样经常成为绝唱。这也意味着榜样正在丧失学习、示范的价值,甚至走向它的反面:榜样是最坏的示范。

当然,这并不意味着成功没有规律可循,只是鲁莽的行动而已。它告诉我们对待榜样要有新的态度:第一,在更高的层面寻找成功的规律,而不是简单地模仿;第二,既然现在成功的因素是多变的,那么多变的是什么。虽然不能重复以往的热度,那么热度的规律是什么,这在一定程度上是可以总结的。



艺海楼玉器 传播玉文化的殿堂

艺海楼为您讲解 女性为何喜爱玉镯?

玉镯是人类佩戴最早、传承至今仍令人钟情的首饰。三国魏徐贤妃《北方有佳人》诗中就有“腕摇金钏响,步摇玉环鸣”的描述,古代名著《金瓶梅》、《红楼梦》、《海上花列传》、传记《明史》、书画作品唐寅《吹箫仕女图》等都可看到对玉镯的赞赏,官宦大户乃至民间富裕人家还有女儿出嫁不能没有玉镯,即“无镯不成婚”的习俗。

相传龙宫的一位王子,爱上了凡间的女孩,为了带给她吉祥和幸福,王子变成手镯,呵护在女孩的手腕间。直到今天,民间还有一种说法,

玉手镯能保人,可以给佩戴者带来福气、辟邪。如果遇到险情,玉手镯会先碎,灾祸也会减轻或消失,这叫“玉碎人全”。正因为这些传说,玉手镯逐渐成为女性特有的平安吉祥、幸福美满的护身符。玉手镯再度流行,正是因为中国传统文化的魅力为它注入了独特的灵魂。

以玉手镯作为信物,维系双方情感的理念源于手镯自身的文化内涵。玉手镯呈圆形,象征永无止境,和谐圆满,相爱永无止境。因此,男女婚配时为表忠贞不渝之情感,女子以手镯相伴,与钟爱的男

子共赴婚姻殿堂。这种以玉手镯表达相爱无终的东方婚俗文化,既有婚庆文化的内涵,又是亲情的延续。

女性长辈认为手镯是一种寄托、一种牵挂、一种怀念,老人家将钟爱一生的玉手镯传给女儿,儿媳……然后世代相传下去,直到永远,这就是手镯永无终结的情感涵义。此外玉器本身升值潜力巨大,也促使玉手镯备受女性追捧。

免费鉴定地址:
枣庄市青檀北路102号
免费鉴定电话:322288



艺海楼玉器专营店总经理 李强元