



家长质疑电子产品是视力“杀手”

建议设儿童使用标准

眼下刚刚进入暑期,正是中小学生学习电子产品的高峰期,一些大卖场也会在这个时候推出有针对性的促销活动。然而,现在有不少家长对此产生疑虑,因为他们担心,这些电子产品有可能伤害孩子的视力。

随着智能手机、平板电脑的普及,以触摸屏为特征的电子产品逐渐成为孩子们爱不释手的“玩伴”。专家表示,尽管电子产品的屏幕是否容易引发近视还没有定论,但在能看清图像文字的前提下,电子阅读距离应该是越远越好。而对于使用iPad的幼儿来说,他们可能比大人花更长时间盯着屏幕,且无法保持成人的阅读距离。有不少家长认为,这类产品应该制定保护儿童的标准。经济之声记者在咨询专业人士后发现,目前电子产品几乎没有注明使用年龄段,以及是否适合幼儿使用等事项。

北京朝阳律师事务所律师胡娟认为,依据我国相关标准法律法规,可分为国家标准、行业标准和企业标准等,其中国家的强制性的标准其效力是最强的,其他的标准更多的是一种行业推荐,或者企业自律性的标准,基于儿童使用相关的产品或物品,国家应有相应的规范。

中国电子技术标准化研究院一位专家表示,我国目前针对手机、电脑等产品制定的标准,都是基于这些产品供成人使用的情况下制定的,并没有专门针对儿童方面的设置。同样,这些电子产品的应用软件的相关标准,也没有针对儿童保护的内容。

电信业观察家王煜全认为,设立标准是好事,但是他担心标准指定不当会妨碍市场竞争。而互联网专家王冠雄则表示,制定标准固然必要,但是家长不能把责任全都推给厂商。他认为,从儿童健康成长来考虑,有必要制定相关规范,但困难在于如何执行。比如即使政府出台一项规定,禁止儿童连续玩电子产品多长时间,但这些事情发生在家里,执行关键还是在家长,所以不应寄希望于严苛的法律。

有家长反映,希望厂商生产专门针对儿童的电子产品。王冠雄认为,儿童专用机之所以没有成为厂商的选择对象,是因为通常电子产品本身属于高端消费,一般家庭不会专门购买两台。王煜全认为,在保护儿童视力这个问题上,厂商只要做到能给予家长适当提示即可。适当提示首先可以帮助家长在例如辐射危害等方面做出判断,其次可以让家长加强对这方面的重视,这样目的就达到了。(崇时)

(更多内容敬请关注中央人民广播电台经济之声每天16:00-20:00播出的天下公司节目)

本版编辑 董庆森

60年造桥近2000座

中铁大桥局：技精于专 业兴于勤

本报记者 郑明桥



因修建武汉长江大桥而得名的中铁大桥局集团公司,60年来已建造了近2000座桥梁,成为世界上建桥最多的企业。

据了解,长江上的公铁两用桥和大型铁路桥几乎都由中铁大桥局承建,这2000座桥梁,无一起垮塌质量事故发生。

60年前,筹建武汉长江大桥要举全国之力;如今,中铁大桥局在长江上同时在建的桥梁就有12座。

中铁大桥局集团公司总经理刘自明介绍,上世纪90年代,是我国建桥产业的一个重要转折点。那时,长江上先后建起了武汉长江二桥、南京长江二桥、芜湖长江大桥、宜昌夷陵长江公路三塔斜拉桥、西陵长江大桥、江阴长江大桥、九江长江大桥等一大批桥梁。

值得一提的是,1992年至1995年,九江长江大桥公路和铁路桥先后建成通车,成为京九铁路的枢纽,对加强我国南北交通运输,促进华东、中南经济建设、文化交流和旅游事业都具有重要的战略意义。

刘自明说,上世纪90年代末至今,中国由建桥大国迈向建桥强国转变阶段,多项技术在国际领先。

随着客运专线和高速铁路建设迅速上马,长江上出现了一批与之相匹配的高速铁路桥梁和公铁两用桥梁,如世界首座六线铁路大桥南京大胜关长江大桥,世界跨度最大的公铁两用大桥武汉天兴洲长江大桥。

在公路桥梁建设方面,我国已建和在建的桥梁有:世界跨度最大的斜拉桥苏通长江大桥,世界首座三塔两跨千米级悬索桥泰州长江大桥,润扬长江大桥,重庆菜园坝长江大桥,南京长江四桥,阳逻长江大桥,鄂东长江公路桥,重庆朝天门长江大桥等等。

中国工程院院士、中铁大桥局科技委主任秦顺全说,以前是好几年修一座桥,现在仅在中铁大桥局同时在建施工和计划中的就有二三十座桥,建桥的技术已经越来越成熟,多项创新技术处于国际领先水平。

2009年通车的武汉天兴洲长江大桥,主桥斜拉桥主跨504米,为同期世界同类桥梁跨度之首,是世界上第一座按四线铁路修建的公铁两用斜拉桥,也是第一座客运专线的大跨度斜拉桥,首次采用三片主桁、三索面的新型结构形式。在施工

过程中,中铁大桥局取得了“六大自主创新技术”和开展了“15项部属课题科研”,2010年该桥获得世界桥梁科技最高荣誉——乔治·理查德森奖。

乔治·理查德森奖为设立最早、影响最大的奖项,每年授予一个在桥梁设计、建造、科研等领域取得杰出成就的桥梁工程。时隔两年,2012年6月份,中铁大桥局修建的另外一座桥——京沪高铁线上的南京大胜关长江大桥也获得了同样的奖项。

京沪高铁南京大胜关长江大桥,具有三大一高的特点,是世界上首座六线铁路大桥,在世界上同类桥梁中跨度最大,在世界上高速铁路大桥中荷载最大,时速为世界上高速铁路桥梁最高水平(350Km/小时),被国际桥梁界视为世界高速铁路桥梁建设的典范。

近年来,中铁大桥局准确把握企业定位,努力提升人才、装备、科技、管理、文化五大优势,使企业生产规模迅速扩张,国内、海外市场份额不断扩大,综合实力 and 竞争力不断增强。在现有14000余名员工中,有享受国务院特殊津贴的专家27名、省部级有突出贡献专家16名、教授级高级工程师170名、高级工程师957名、各类专业技术人员8590名。

中铁大桥局集团还全方位加强装备研发。先后研制了400吨“大桥海虹吊船”、“大桥海龙”抛锚工作船、2500吨“小天鹅”号、3000吨“天一”号起重船,95米打桩船及铁路客运专线900吨架桥机、运梁台车、液压震动打桩锤等一大批世界一流的海上运架和打桩设备,牢牢掌握了海上施工及铁路客运专线高难度桥梁施工的话语权。

目前,中铁大桥局是中国唯一桥梁博士后产业基地,先后培养了1名科学院院士、3名中国工程院院士、5名全国工程勘察设计大师和一大批国家及省部级有突出贡献的专家。

创新是到达彼岸的桥。雄厚的人才实力,有力地推动了中铁大桥局的跨越式发展。该局大力实施“走出去”战略,积极参与国际商业竞争,先后在缅甸、孟加拉、南非、印度、马来西亚、巴基斯坦、澳大利亚、安哥拉、土耳其等国家和地区承揽工程,享誉国际建筑市场。港澳地区标志性建筑——澳门西湾大桥、深圳湾公路大桥,孟加拉国最大的桥梁帕克西大桥都是该局近十年的杰作,并入选美国《工程新闻记录》(ENR)评选的全球十大桥梁国际承包商之一。

民生银行新一代银行系统上线

本报讯 记者王信川报道:民生银行近日宣布,新一代银行系统全面上线。

民生银行新一代银行系统历经7年建设,共搭建了10大类平台,上线了115个应用模块,改进了1150个变革点,优化了7000多项应用,进行了91万个案例测试,最终建成了在设计理念、业务支持、产品创新等方面国内领先,代表未来银行业务系统的发展方向的新系统。

民生银行新一代银行系统是具有互联网基因的开放式系统,将促进民生银行在移动互联、云计算、大数据及社交媒体的新科技发展大潮中做一名领航的弄潮者。据了解,该系统还是“以客户为中心”的系统,关注客户最佳体验,在大数据分析基础上,为客户提供最佳服务。

微软创投护航小型初创企业

本报北京7月7日讯 记者陈硕报道:微软今天宣布微软创投正式进入中国以及加速器三期正式启动。微软创投首次全面整合了微软全球平台的多种资源,通过微软在开发工具、云计算资源和产品上市路径方面的独特优势,及为创业者提供导师、技术指导、种子资金、销售市场机会等多种创业支持,全力帮助初创企业取得成功。

微软创投大中华区负责人林为干在接受记者采访时表示,微软创投在中国将全方位为8人至10人的小型创业企业提供环环相扣的360度创业支持。据介绍,今年共有260家创业团队申报微软云加速器三期,经过多轮角逐最终有17支团队胜出,创业团队来自于北京、上海、浙江等地以及海外,其创业方向也更为多元化。

日东电工在沪成立创新中心

本报讯 记者刘瑾报道:日前,日本综合材料制造商日东电工株式会社,在上海松江区成立了日东电工(上海)创新中心(简称NICE)。据了解,该创新中心除了设有能够体验日东电工的技术与产品的展区之外,还设有以和客户共同开展创新研发为目的的共同实验区。

日东电工(上海)创新中心成立主要是为了加深不同文化背景、环境下的中国客户对于日东电工的技术及经营理念的理解。同时,根据中国客户的实际需求,在最短时间内提出针对性解决方案以及新产品的开发。

日东电工中国总代表有本雅彦表示,目前中国地区销售额占集团销售额比例约为25%,中国已成为日东电工最重要的市场之一。

加多宝：助力中国好声音 打造民族好品牌

2012年一档正版引进电视节目——中国好声音赢得极大市场认可,同时加多宝与中国好声音深入营销合作,不仅成功地完成了品牌的完美转身,更打造了凉茶产品的新营销模式。2013年7月12日,中国好声音第二季即将开播,作为总冠名商的加多宝将以此为契机,通过多种营销方式,强化消费者品牌认知同时,打造民族好品牌。

好营销再发力

2012年,加多宝与中国好声音的偶然牵手,缔造了中国娱乐营销的经典案例。据零点调研公司数据显示,加多宝与中国好声音的合作,直接带动消费者对加多宝凉茶的品牌认知度达到99.6%。加多宝更因此案例获得“中国广告长城奖广告主奖品牌奖·营销传播金奖”。

博盖咨询董事总经理高剑锋表示,加多宝不仅争得节目冠名,在节目的推广过程中,其也搭了“好声音”的“顺风车”。加多宝此次的娱乐营销无疑是成功的。

面对中国好声音第二季的开播,作为节目总冠名商,加多宝通过好声音平台进一步放大品牌声音。相比加多宝第一季中国好声音营销策略,第二季的营销活动显然启动更早、目标更准确。

4月10日,加多宝与浙江卫视联合推出“唱·饮加多宝,直通中国好声音”6城活动,在短短2个月时间,聚集了550多万



注册用户,最终从网络50强选手中评选出10强,赢得由加多宝推送至“中国好声音”导演组的机会。

除在网络线上获得营销先机之外,在线下加多宝做出全新尝试。与线上活动同步,加多宝在线下推出“唱·饮加多宝,直通中国好声音”促销装,设置近2000万个奖项,结合微博互动,用产品结合中国好声音带动下销售。

显然,加多宝在今年中国好声音的活动中做出了长期部署和研究,从品牌上更加打动核心年轻消费群体,

从第一季到第二季是个很好的延续,用强势娱乐节目的平台持续放大自己品牌的声音。

好凉茶的品牌经

传承了凉茶创始人王泽帮祖传秘方的加多宝,18年专善于凉茶生产,从秘方到生产工艺打造正宗好品质。

1995年,第一罐凉茶在广东下线。加多宝凉茶在生产工艺上采取集中提取、分罐罐装的模式,一方面实现了高自动

化、无菌化的批量生产,另一方面也可使一个地方生产的饮料在行销全国的过程中保持品质一致。

凉茶配方并不完全取决于配料,成分配比、制作工艺等只要有些许差异,都可能出现极不相同的凉茶品质和口感。加多宝在原有古方的基础上结合现代人需求进行改良,选用上等本草材料如金银花、菊花、仙草等,运用传统的蒸煮工艺,经由现代科技提取本草精华、悉心调配,创造性地开发出广受消费者认可的“凉茶饮料”。

加多宝品牌管理部副总经理王月贵介绍,加多宝的绝大多数原料都是自己种植,目前已在全国9个省市有自己的原料种植基地,可确保产品质量从源头抓起,并且保证原材料品质的稳定性。

多年来,配合开拓全国性市场的长期发展策略和迅猛增长的产品需求,加多宝先后在绍兴、石狮、北京、杭州、武汉、清远等地陆续成立了数家凉茶生产工厂、凉茶浓缩汁厂。在把控质量关方面,加多宝采用的“中草药加布料器”、本草提取自动控制系统和“外部管式加热提取”、“多级连续反渗透膜浓缩系统及使用该系统进行浓缩的方法”等多项技术使质量更有保障。

品质坚持和保障,带来消费者对加多宝认可,让加多宝凉茶的品牌形象在17年的发展获得稳固地位,奠定凉茶民族品牌的优势地位。