

# 全市首个设计师创意综合体落户月湖街道

# 原望湖宾馆将转身“设计之门”

已经停业2年,位于海曙区黄金地段的原望湖宾馆将成为设计创意之源。昨天上午,宁波大音文化创意发展有限公司与望湖宾馆业单位宁波宏业发展总公司双方正式签订了承租协议,一年后,这座上世纪90年代的老建筑将成为全市首个设计师创意综合体,这也是海曙第4个用于发展文化产业的改造项目。

通讯员 张黎升 谷叶 见习记者 朱麟华



## 杭州双遗景点一日游

京杭大运河是我国古代劳动人民创造的一项伟大工程,是祖先留给我们的珍贵物质和精神财富。去古运河的N大理由:1.京杭大运河是世界上里程最长、工程最大的运河;2.附近有刀剑剪博物馆、扇博物馆、伞博物馆、运河博物馆、手工艺美术馆;3.航行船舶的密度超过了德国的莱茵河;4.京杭大运河全长1794千米,是世界上最长的一条人工运河,是苏伊士运河的16倍,巴拿马运河的33倍。

杭州双遗景点——漫步西湖,京杭大运河游船,香积寺一日游,9月6/7/8日,99元/人。

运河旅游报名热线: 87651111  
运河微信号: utour57676  
QQ群: 116159829



## “设计之门”究竟什么样

改造之后的“设计之门”究竟是什么样子?对市民的生活能够带来哪些便利?

“设计之门”品牌的拥有者、项目策划人、宁波大音文化创意发展有限公司负责人邱乾股介绍,“设计之门”是一个以设计为核心的设计师创意综合体,大楼共有7层,1楼将设计改造成创意店面,2楼设计成设计师咖啡和走廊书吧,3楼为设计师办公区,4至6楼为设计师宾馆,7楼为设计材料展示厅和会议厅,整座建筑包含前卫的设计师酒店、新潮的设计师办公室和新颖的设计材料展示区等几块功能。

设计师们可以在此工作、交流、学习,并有自己独立的工作室,同时也提供给大学生成长的一个平台,可以理解为空间品牌的深度孵化基地。“由于身边人脉的关系,该项目的服务以生活设计为主。”邱乾股说,区别于其他设计平台,这里汇聚的设计师更

贴近生活,而不是工业设计。

据悉,考虑到设计师特有的工作“习惯”,邱乾股还特意在“设计之门”里设置了酒店、餐饮、娱乐等休闲产业,做到下班前有工作人员服务,下班之后转为自助服务的方式来满足设计师的喜好。

值得一提的是,这个“设计之门”届时也将向市民开放。

## 打造成新的文化名片

记者从月湖街道了解到,原望湖宾馆位于长春路38号,建于上世纪90年代,整幢楼宇建筑面积逾4300平方米。由于种种原因,望湖宾馆已经停业2年多的时间了,如何让老楼宇发挥余热,创造更大的社会价值和经济效益,是政府部门一直在考虑的事情。

“月湖的文化是宁波老底子文化,我们希望通过改造,将这座老楼宇打造成为月湖湖畔一张新的文化名片和设计地标。之前也有单位来找过我们,有的说要开经济型酒

店,有的则是KTV,我们一直没同意。”海曙区月湖街道项目联系人朱宁告诉记者,街道先后花了一年多的时间,来给这个老楼宇营造氛围和引导产业方向。

在月湖街道相关负责人的牵线搭桥下,业单位对接上了一家斩获多项知名设计大赛奖项的设计机构。宁波大音文化创意发展有限公司负责人邱乾股将这座综合体命名为“设计之门”,计划组织起50多位不同风格设计师一起来打造这座宁波设计师的“硅谷”。

据了解,作为全市文化创意产业发展起步较早的城区之一,海曙不仅依托鼓楼沿等历史文化名胜遗址和启运路86号等老厂房发展文化创意产业,更将发展的领域拓展至老旧楼宇改造当中。2008年,新芝8号旧厂房改造成全市首家创意LOFT创意园;2012年,鼓楼沿历史街区有机更新将老街区改造出一块文化创意产业区的功能区,吸引各类民俗文创企业入驻;2013年,启运路86号旧厂房改造成全省首个微电影产业园;而原望湖宾馆成为第4个用于发展文化产业的改造项目。

# 网购很火的减肥产品奇雅子其实危害很大

## 种子的繁殖能力极快,严重破坏生态平衡

商报讯(记者 殷浩 通讯员 周波 何勤 王淑明 万勇)近日,检验检疫部门在宁波口岸入境快件中截获了一种名为奇雅子的进口植物种子。这种号称具有神奇减肥功效的种子实际上危害极大。这是宁波口岸首次截获这类种子。

## 奇雅子惊现宁波口岸

8月25日,宁波检验检疫局机场办检验检疫人员在检查一个来自澳大利亚的快件时,发现申报品种有保健食品。

“在其中的一个包裹里,我们发现了一个黄色塑料袋,里面的东西看起来有点像芝麻。”宁波检验检疫局机场办快件监管科科长贝绍国说,而仔细辨别外包装上的英文标示之后,他们发现,包装上标注的“Chia seeds”,正是奇雅子的英文名称。“重量有250克,是一个市民个人通过网站在海外购买的。”贝绍国说。据悉,国家质检总局日前发布的《关于严防具有繁殖能力的植物保健食品随旅客携带物、邮寄物非法进境的警示通报》,其中就提到了奇雅子,警示这一生物入境可能带来的危害。

## 奇雅子会破坏生态平衡

为了验证这种新型外来物种的繁殖能力,检疫人员还专门做了一个发芽率实验。“经过纸床培养,不到12个小时,这些



奇雅子外包装

种子就开始萌芽了;两天不到,芽已经长到5厘米长。”贝绍国说,实验结果显示,经纸床培养的奇雅子发芽率达到98.6%,证实该批种子具有超强的繁殖能力。

“奇雅子属于非我国原有物种,它的强繁殖力传入国内后,会形成优势种群,很可能导致原有物种的退化甚至灭绝,破坏生物多样性,致生态平衡造成严重破坏。”宁波检验检疫局机场办副主任何立新介绍说,这一颗颗小小的种子,一旦蔓延开来,很可能形成加拿大“一枝黄花”一样繁殖局面。

目前,检疫人员已对该票种子作销毁处理。

## 奇雅子是网购热门减肥产品

奇雅子目前在淘宝、阿里巴巴以及各大



查获的奇雅子

海淘网站均有销售,售价从几十元到几百元不等,产品多来自墨西哥、澳大利亚、新西兰、美国和日本。作为一种纯外来物种,奇雅子是以超级减肥神器的角色,进入中国人视野的。

据介绍,奇雅子学名为芡欧鼠尾草,是薄荷类植物,原产地为墨西哥等北美洲地区。由于它遇水会变成凝胶状且膨胀多倍,入胃形成膜状,减慢淀粉化合物的吸收,并且会给大脑传达“我饱了,不要再吃了”的信息,达到控制食量的目的,起到减肥的作用。

记者发现,淘宝网上,卖得最好的一款“奇雅子”产品,成交量已经达到500多批次,销售价格为500克185元。

这些产品是通过什么渠道进口的?该淘宝店客服表示,因为属于种子不允许入境,所以他们都是经过香港寄回国内的。

## ■股市点评

## 新股申购将成市场主基调

昨天市场全线缩量防守,两市成交总量2346亿较近期有了明显的变化,从涨跌幅榜上来看短线资金仍旧保持着相对热度。面对今天的新股申购,市场观望的态度占据了主要位置。板块上,航空航天、卫星导航、船舶、海工装备等涨幅居前。

盘面上,指数连续高量震荡整理一个多月,市场的情绪发生了一些微变,尤其是七月份的信贷数据和八月份的PMI与市场的预期相差较大,给方向未明的市场蒙上了一层阴霾。不过多头积极防御上证2200的整数关口是基于对未来政策的预期。

操作上,本周还有两个交易日,新股申购将成为市场主基调,投资者需要做的依旧是对自己仓位进行控制和整理。指数没有放量选择方向之前,结构性的调整仍旧是市场的主要节奏。

民族证券宁波营业部 本文仅供参考

## 海曙国税局去年减免税5.1亿元

海曙区国税局2013年度减免税调查工作已于近日顺利完成,调查数据显示共落实减免税51005万元,减轻了纳税人的负担。根据调查统计结果,享受各类减免税的企业有4988户,比上年增长2041户,共减免税额48098万元;享受减免税的个体户有11827户,比上年增长4270户,共减免税额2907万元,同比增加1482万元。

记者 王婧 通讯员 杨莺 占桂梅

# 雪花啤酒助力北京2022冬奥会申办

8月26日,北京冬奥申委在北京召开新闻发布会,揭晓支持申奥的企业,其中,雪花啤酒成为支持北京申奥的啤酒企业,这家在中国啤酒行业拥有广泛消费人群的企业将全力支持北京申办2022冬季奥运会。

作为中国深受欢迎的啤酒品牌之一,雪花啤酒销量从2005年开始连续9年全国遥遥领先,2006年起,华润雪花总销量连续8年领跑中国啤酒行业销量榜。2011年,华润雪花成为销量超过1000万吨的中国啤酒企业,2013年,华润雪花以高达1172万吨的年销量一路领先,雪花啤酒销量以1062万吨继续保持领跑。北京申办2022年冬奥会是我国申办的又

一个顶级国际盛会,“纯洁的冰雪,激情的约会”已经被确定为此次的申办愿景。在此过程中,奥运会历来对支持企业设置了极高的门槛,只有具有全球影响的企业才能跻身奥运支持企业的行列。

雪花啤酒与冬奥会有着天然渊源的,就雪花品牌名称而言,给人以冰天雪地、白雪皑皑的联想想象;而以滑冰、滑雪为主要运动项目的冬季奥运会,其赛事的主要特征是在冰上和雪地上举行。雪花啤酒与冬季奥运会,在品牌名称及品牌联想上是高度契合的。华润雪花啤酒营销中心总经理曾申平表示:“我们将不止品牌推广,下一步会全力以赴推介中

国冰雪自然景观,推介冰雪运动,推介支持冬奥申办。”

长期以来,雪花啤酒给消费者的第一感受是自然、纯净、冰凉,其独特的口感赢得中国消费者的青睐,这种感受来源于雪花啤酒对于原料的精心选择与管理、酿造工艺的精益求精,一切以消费者感受为中心的质量管理理念;冬季奥运会是冰雪竞技体育的最高舞台,汇聚了全人类最伟大的运动员,其高质量的赛事带给人极速的冰雪享受。雪花啤酒的清凉感受与冰雪运动给人带来的清凉劲爽的感觉如出一辙。而雪花啤酒所倡导的以“进取、挑战、创新

”为核心精神的“勇闯天涯”活动与冬奥会“不畏严寒,挑战自然极限”的冰雪运动也有诸多共同之处。

据了解,雪花“勇闯天涯”活动坚持了十年,率领来自全国的户外爱好者们跨过雅鲁藏布大峡谷、探源长江……翻越喜马拉雅山,直至2014年挑战未达峰,深度诠释了雪花“勇闯天涯”的挑战精神。雪花啤酒和奥运会这一共同的诉求点,将使雪花啤酒和奥运会更完美的融合到一起。

据知情人士透露,雪花啤酒将发挥其品牌的号召力和影响力,通过雪花啤酒遍布全国的营销渠道,向广大中国啤酒消费者发出倡议,鼓励他们加入助威中国申办冬奥的行列。