



雨水让冬笋产量增加五成

本地雪菜供不应求

本报讯(记者 鲁威 通讯员 裴庚益) 雪菜冬笋肉丝是冬季最受宁波人欢迎的一道家常菜。最近,这道菜的主要配料冬笋和雪里蕻抢鲜上市。

据笋农介绍,今年第一批福建冬笋已于10月底上市,比去年稍早几天,批发均价每斤为9元,比去年上市初期便宜近30%。

昨天,记者在海曙联丰菜市场、海曙中心菜市场看到,今年冬笋已经少量上市,零售价每斤在11元至12元。昨天最新公布的菜篮子民生食品价格监测数据显示,本周冬笋的均价已经比起月初的每斤15元便宜了不少,但近期宁波城区各大市场上销售的冬笋多数来自福建等地,通过收购、托运、售卖等环节,到消费者餐桌需要半个月以上,而本地笋到消费者手中只要五六日,新鲜度更好,因此更受宁波人的欢迎。

毛照云是奉化尚田镇的笋农大户,他在当地承包了1300亩的冬笋地。“近期雨水多,对于冬笋生长非常有利。往年1斤重的冬笋寥寥可数,

到12月份才会出现。但今年部分冬笋个头已经长到1斤多了,而且产量比去年多50%。”毛照云说,现在市面上所谓的冬笋,其实是立秋前后,由毛竹的地下茎侧芽发育而成的笋芽。

物以稀为贵。本地冬笋量少,目前产地冬笋批发价在每斤15元左右。毛照云表示,目前冬笋重量大多在7两左右,剥壳削皮后笋肉最多3两左右。预计到12月,地产冬笋可以大批量上市,等到了春节前后,冬笋达到真正的丰产期,届时价格才会有所上浮。

宁波人称经过腌制的雪里蕻为“雪菜”,和冬笋可以搭配成时令佳肴。本月初,市场上第一批来自鄞州、余姚等地的雪里蕻陆续上市。宁波有“小雪腌菜,大雪腌肉”的习俗,雪里蕻批发均价每斤0.60元,较去年便宜少许,近日已有不少市民来到鄞州邱隘、咸祥等地田间地头,采购几十斤甚至上百斤新鲜雪菜带回家去腌制咸菜。由于本地雪菜供不应求,鄞州已有多家雪菜加工企业到外地去订购雪菜用来加工。

2020年我市注册商标总量将突破18万件

本报讯(记者 史妮超 通讯员 张淑蓉 黄迪) 到2020年,我市国内注册商标总量将突破18万件;地理标志商标总数30件以上;驰名商标总量达100件,浙江省著名商标总量达700件,宁波市知名商标总量达1500件;商标品牌基地达12家;各县(市)区注册商标年均增幅达到8%以上……近日,将于下月12日起施行的《关于深入实施商标品牌战略的若干意见》,为宁波未来五年的商标品牌发展明确了目标。

据悉,我市自2010年被认定为国家首批商标战略实施示范城市以来,商标品牌建设取得跨越式发展。统计数据显示,2012年到2014年3年时间,全市新增注册商标39636件,占全市现有注册商标数的32.3%,其中,国际商标、地理标志数位居全省首位;认定驰名商标44件,占历年总数的57.9%;全市乡镇街道建立品牌工作指导站134个,其中在全国率先建设并运作的星级品牌指导站71个。截止目前,我市累计拥有注册商标13.15万件,其中国际注册商标10106件、地理标志商标26件,继续处于全省首位。2015年,我市有9件商标被认定为驰名商标,总数已达76件,跃居全省第二。

宁波市市场监管局主要负责人认为:“所有这些,与我市7600亿元的年GDP并不匹配,也与商标品牌发展领先城市存在不少差距。况且,截至2014年12月,《宁波市“十二五”商标发展规划》中所设的各项指标均已完成,设定更高、更科学的战略目标十分必要。”

据介绍,《若干意见》重点围绕商标发展总量、商标发展质量、区域品牌发展、商标发展环境等具体目标,其主旨就是充分运用商标对资源的集聚力和市场的影响力,推动产业、产品结构调整优化,进而推进商标品牌战略与区域经济转型升级相结合,形成一批在国内外具有较大影响的品牌优势企业。同时,推动构建政府引导、企业主体、市场裁判和社会参与的品牌竞争和发展协同共治机制,促进我市自主商标品牌的质和量、附加值和美誉度不断提升。

《香约宁波》年末亮相央视荧屏

本报讯(记者 谢舒奕 通讯员 沈宁) 未来一个多月,打开电视就能看到宁波元素。昨日起,宁波市旅游形象广告片《香约宁波》将在中央电视台4套黄金时段收视率最高的《海峡两岸》栏目中播出,向海内外观众展示宁波旅游的魅力与风采。

《香约宁波》是我市在2012年创意拍摄的宁波旅游形象广告片。广告围绕“书香绵绵、米香醇醇、渔香浓浓、心香悠悠”四个主题,以一段异国恋情为线索,将宁波众多独具魅力的旅游资源、自然风光与特色美食巧妙穿插其中,生动展示了宁波这座有着7000年文明史的书香之城开放、大气、精致的城市风貌,完整呈现了宁波的文化之美、美食之美、心灵之美和休闲之美。画面涵盖河姆渡遗址、天一阁、奉化溪口、余姚四明湖、象山海滨、宁海前童和森林温泉、宁波汤圆、宁波慈城年糕、宁波三江口等宁波元素。

近三年来,该广告片根据宁波旅游业发展的新变化进行了补拍完善,制作完成了中英文15秒、30秒、60秒共六个版本,相继在央视多个频道黄金时段密集播放。本月底,30秒版将继续登录央视荧屏。

据悉,在本轮播映完成之后,宁波市旅游局还将继续利用好中央电视台这一主流传媒品牌,积极推广宁波城市和宁波旅游。明年,《香约宁波》旅游形象广告片还将继续在CCTV-4《国宝档案》、《中国文艺》等栏目中投放。

宁波保税区查处网络销售侵权服装案

本报讯(记者 史妮超 通讯员 宣文) 近日,保税区市场监管分局在辖区内查获一起网络销售侵犯注册商标专用权服装的案件,没收涉嫌侵犯“PEACE-BIRD太平鸟”商标7个款式女式服装共计302件。

另据查证,当事人在淘宝网经营服装,为吸引人气,擅自采用与“太平鸟”高度近似的“大平鸟”作为店铺名称的组成部分,故意误导消费者。日前,该分局已责令当事人变更淘宝网店铺名称,并罚款人民币1万元。

宁波海关查获超万吨走私木炭



海关人员在清点查获的木炭。 记者 谢昭艳 通讯员 董楠 摄

本报讯(记者 谢昭艳 通讯员 董楠) 近日,宁波海关成功摧毁地跨浙江、山东、河南、安徽等多地的木炭走私网络,抓获涉案嫌疑人近30名,查获涉案走私木炭集装箱数近700个,涉案木炭数量约13000吨,案值合计超亿元。这是宁波海关建关以来查获最大的走私木炭系列案。

今年年初以来,宁波海关接连查获数起走私出境木炭案。在案件侦办过程中,海关缉私警察发现,同上述案件涉案嫌疑人有着密切联系的江某,

与多年前宁波海关侦办的另一起走私木炭案罪犯疑似同一人。经过深入摸排,江某背后渐渐浮现出一个分工明确、手法隐秘的走私木炭团伙;在这个走私团伙中,分别配有专人负责联系委托出境木炭的韩国、日本买家;向属地海关申报出口垃圾桶等小商品;高价雇佣集装箱车队专职运输走私木炭等不同层次的分工。经调查,这一走私团伙在近两年的时间里累计走私木炭数量超万吨。

然木材,产生大量有害气体,还会带来严重的环境污染和水土流失。最新的《刑法》司法解释规定,走私木炭等妨碍环境、资源保护的货物、物品超过10吨就要被追究刑事责任,而超过50吨已属于“情节严重”。

链接

国家明令禁止出口木炭

由于韩国、日本的饮食习俗等原因,其国内市场对木炭需求量极大。韩、日政府严格管制木材、木炭生产以及本国木炭价格高等原因,导致一些韩、日买家远赴河南、江西等地寻找原木烧制的木炭采购货源。每烧制1吨木炭就要消耗5-10吨的天

IPO重启在即 沪深股指回调

新股发行重启在即,令二级市场资金面承压。本周首个交易日沪深股指双双回调,上证综指3600点失而复得,深证成指和创业板指数跌幅接近或超过1%。

昨日上证综指以3630.87点微幅高开,尾盘收报3610.31点,较前一交易日跌20.18点,跌幅为0.56%。深证成指收盘报12586.69点,跌115.34点,跌幅为0.91%。创业板指数表现略逊于两市大盘,

跌1.06%,以2770.58点报收。

沪深两市分别成交4141亿元和6589亿元,总量与前一交易日差别不大。

暂停数月之后,新股发行本月将重新启动。由于重启后首批新股仍将沿用旧的发行机制,二级市场资金面因此面临一定压力。受此影响,本周伊始A股出现小幅回调。

据新华社