

**邵强、史建海、刘俊彤**:本院受理原告鞍山新长凤房屋开发有限公司海城分公司诉被告邵强、邵二人侵权、侵权损害赔偿纠纷一案,现依法向你方送达起诉状副本、应诉通知书、举证通知书及(2020)第0522民初1283号民事裁定书。自公告之日起经过60日即视为送达。提出答辩状和举证的期限为公告期满后15日内,并定于举证期后的第3日上午十时(遇法定节假日顺延)在本法院第六审判庭开庭审理,逾期将依法缺席判决。

**辽宁省高级人民法院**  
**陈欢欢**:本院受理原告刘俊彤与被告邵强纠纷一案,因你下落不明,现依法向你方送达起诉状副本、应诉通知书、举证通知书、风险提示书、合议庭组成人员通知书、开庭传票及(2020)第0522民初1283号民事裁定书。自公告之日起经过60日即视为送达。提出答辩状和举证的期限为公告期满后15日内,并定于举证期后的第3日上午九时(遇节假日顺延)在本法院第四审判庭公开开庭审理,逾期将依法缺席判决。

**贵州省黔西南布依族苗族自治州中级人民法院**  
**王静**(511321198711241173):本院受理原告王静与被告邵强纠纷一案,因你下落不明,现依法向你方送达起诉状副本、应诉通知书、合议庭组成人员通知书、开庭传票及(2020)第0522民初1283号民事裁定书。自公告之日起经过60日即视为送达。提出答辩状和举证的期限为公告期满后15日内,并定于举证期后的第3日上午九时(遇法定节假日顺延)在本法院第六审判庭开庭审理,逾期将依法缺席判决。

**四川省南部县人民法院**  
**(2021)川1028民诉字第15号陈建海、邵石强黄永村15日的陈建海**:本院受理原告陈建海与被告邵强合同纠纷一案,因你下落不明,现依法向你方送达起诉状副本、应诉通知书、合议庭组成人员通知书、开庭传票及(2021)川1028民初字第15号民事裁定书。自公告之日起经过60日即视为送达。提出答辩状和举证的期限为公告期满后15日内,并定于2021年7月23日上午十时在本院第二审判庭公开开庭审理,逾期将依法缺席判决。

**四川省遂宁市人民法院**  
**李继立**:本院受理原告李继立诉被告邵强纠纷一案,因你下落不明,现依法向你方送达起诉状副本、应诉通知书、合议庭组成人员通知书、开庭传票及(2021)川1028民初字第15号民事裁定书。自公告之日起经过60日即视为送达。提出答辩状和举证的期限为公告期满后15日内,并定于2021年7月23日上午十时在本院第二审判庭公开开庭审理,逾期将依法缺席判决。

**四川省遂宁市人民法院**  
**刘继德**:本院受理原告刘继立诉被告邵强纠纷一案,因你下落不明,现依法向你方送达起诉状副本、应诉通知书、合议庭组成人员通知书、开庭传票及(2021)川1028民初字第15号民事裁定书。自公告之日起经过60日即视为送达。提出答辩状和举证的期限为公告期满后15日内,并定于2021年7月23日上午十时在本院第二审判庭公开开庭审理,逾期将依法缺席判决。

**四川省遂宁市人民法院**  
**王继伟**:本院受理原告王继立诉被告邵强纠纷一案,因你下落不明,现依法向你方送达起诉状副本、应诉通知书、合议庭组成人员通知书、开庭传票及(2021)川1028民初字第15号民事裁定书。自公告之日起经过60日即视为送达。提出答辩状和举证的期限为公告期满后15日内,并定于2021年7月23日上午十时在本院第二审判庭公开开庭审理,逾期将依法缺席判决。

**四川省遂宁市人民法院**  
**王继伟、程继**:本院受理原告王继立诉被告邵强纠纷一案,因你下落不明,现依法向你方送达起诉状副本、应诉通知书、合议庭组成人员通知书、开庭传票及(2021)川1028民初字第15号民事裁定书。自公告之日起经过60日即视为送达。提出答辩状和举证的期限为公告期满后15日内,并定于2021年7月23日上午十时在本院第二审判庭公开开庭审理,逾期将依法缺席判决。

**四川省遂宁市人民法院**  
**袁强**:本院受理申请执行中国人中国政融银行股份有限公司成都市支行与被告执行人民金融融数数有限公司合同纠纷一案,现依法向你方送达(2020)0781执858号执行裁定书,限你自公告之日起60日内,向本院申报履行义务。逾期将依法强制执行。

**辽宁省大连市中级人民法院**  
**何玉彬**:本院受理原告李天福诉被告邵强纠纷一案,因你下落不明,现依法向你方送达起诉状副本、应诉通知书、合议庭组成人员通知书、开庭传票及(2020)第0522民初1283号民事裁定书。自公告之日起经过60日即视为送达。提出答辩状和举证的期限为公告期满后15日内,并定于举证期后的第3日上午九时30分(遇法定节假日顺延)在四川省南部县人民法院第六审判庭公开审理,逾期将依法缺席判决。

**四川省南部县人民法院**  
**李继德**:本院受理原告李天福诉被告邵强纠纷一案,因你下落不明,现依法向你方送达起诉状副本、应诉通知书、合议庭组成人员通知书、开庭传票及(2020)第0522民初1283号民事裁定书。自公告之日起经过60日即视为送达。提出答辩状和举证的期限为公告期满后15日内,并定于举证期后的第3日上午九时30分(遇法定节假日顺延)在四川省南部县人民法院第六审判庭公开审理,逾期将依法缺席判决。

**四川省南部县人民法院**  
**王继立、兰军、张继、刘继德、宋继德**:本院受理原告李天福诉被告邵强纠纷一案,因你下落不明,现依法向你方送达起诉状副本、应诉通知书、合议庭组成人员通知书、开庭传票及(2020)第0522民初1283号民事裁定书。自公告之日起经过60日即视为送达。提出答辩状和举证的期限为公告期满后15日内,并定于举证期后的第3日上午九时30分(遇法定节假日顺延)在四川省南部县人民法院第六审判庭公开审理,逾期将依法缺席判决。

**四川省南充市中级人民法院**  
**卢建华**:本院受理原告卢建华与被告邵强合同纠纷一案,因你下落不明,现依法向你方送达起诉状副本、应诉通知书、合议庭组成人员通知书、开庭传票及(2020)第0522民初1283号民事裁定书。自公告之日起经过60日即视为送达。提出答辩状和举证的期限为公告期满后15日内,并定于举证期后的第3日上午九时30分(遇法定节假日顺延)在四川省南部县人民法院第六审判庭公开审理,逾期将依法缺席判决。

**四川省南充市中级人民法院**  
**徐东**:本院受理原告李均与被告徐东民侵权纠纷一案,依据《中华人民共和国民事诉讼法》第二十五条之规定,向你方送达起诉状副本、应诉通知书、合议庭组成人员通知书、开庭传票及(2020)第0522民初1283号民事裁定书。自公告之日起经过60日即视为送达。提出答辩状和举证的期限为公告期满后15日内,并定于举证期后的第3日上午九时30分(遇法定节假日顺延)在四川省南部县人民法院第六审判庭公开审理,逾期将依法缺席判决。

**四川省南充市中级人民法院**  
**刘小四**:本院受理原告徐德福与被告邵强合同纠纷一案,因你下落不明,现依法向你方送达起诉状副本、应诉通知书、合议庭组成人员通知书、开庭传票及(2020)第0522民初1283号民事裁定书。自公告之日起经过60日即视为送达。提出答辩状和举证的期限为公告期满后15日内,并定于举证期后的第3日上午九时30分(遇法定节假日顺延)在四川省南部县人民法院第六审判庭公开审理,逾期将依法缺席判决。

**四川省南充市中级人民法院**  
**林开强、林开强**:本院受理原告民诉邵强纠纷一案,因你下落不明,现依法向你方送达起诉状副本、应诉通知书、合议庭组成人员通知书、开庭传票及(2020)第0522民初1283号民事裁定书。自公告之日起经过60日即视为送达。提出答辩状和举证的期限为公告期满后15日内,并定于举证期后的第3日上午九时30分(遇法定节假日顺延)在四川省南部县人民法院第六审判庭公开审理,逾期将依法缺席判决。

**贵州省毕节市七星关区人民法院**  
**殷立江**:本院受理原告殷立江与被告邵强合同纠纷一案,因你下落不明,现依法向你方送达起诉状副本、应诉通知书、合议庭组成人员通知书、开庭传票及(2021)黔1721民初30号民事判决书。自公告之日起经过60日即视为送达。提出答辩状和举证的期限为公告期满后15日内,并定于举证期后的第3日上午九时30分(遇法定节假日顺延)在贵州省毕节市中级人民法院公开审理,逾期将依法缺席判决。

**安徽省亳州市中级人民法院**  
**黄俊佳**:本院受理原告黄俊佳与被告邵强合同纠纷一案,因你下落不明,现依法向你方送达起诉状副本、应诉通知书、合议庭组成人员通知书、开庭传票及(2021)皖1721民初30号民事判决书。自公告之日起60日内向本院申报履行义务。逾期将依法强制执行。

**安徽省亳州市中级人民法院**  
**朱华伟**:本院受理原告刘成喜与被告朱华伟合同纠纷一案,因你下落不明,现依法向你方送达起诉状副本、应诉通知书、合议庭组成人员通知书、开庭传票及(2021)皖1721民初30号民事判决书。自公告之日起60日内向本院申报履行义务。逾期将依法强制执行。

**安徽省亳州市中级人民法院**  
**李继德**:本院受理原告李继立与被告邵强合同纠纷一案,因你下落不明,现依法向你方送达起诉状副本、应诉通知书、合议庭组成人员通知书、开庭传票及(2021)皖1721民初30号民事判决书。自公告之日起60日内向本院申报履行义务。逾期将依法强制执行。

**安徽省亳州市中级人民法院**  
**李继德**:本院受理原告李继立与被告邵强合同纠纷一案,因你下落不明,现依法向你方送达起诉状副本、应诉通知书、合议庭组成人员通知书、开庭传票及(2021)皖1721民初30号民事判决书。自公告之日起60日内向本院申报履行义务。逾期将依法强制执行。

## 贵阳综保区聚焦七大主导产业 深入推进新型工业化

大力发展工业倍增计划,加快战略性新兴产业发展步伐,引进大型龙头企业,促进产业高端补链、终端延链、整体强链,奋力推动工业在规模总量、结构优化、技术创新、产业链条、项目建设、平台支持上实现打突破。

先进装备制造方面,重点发展铁路货车制造、车用水介质缓速器、节油器、发电机曲轴等,全力推动钛合金紧固件、水介质缓速器制造、磨岩钎钻具研发制造项目建设,力争2021年工业总产值10.7亿元,占园区工业总产值比重达到60%以上。

(刘 念)

此外,近年来国产品牌奶粉,逐渐受到消费者的信赖。从质量把控,到奶源地选择、科研投入,国产奶粉用高品质的产品,赢得了母婴消费群体的信赖。报告显示,有53%的消费者在选择婴幼儿食品品牌时会选择国产品牌,产品更适合中国宝宝、产品性价比更高、产品更加丰富等也成为消费者选择国货的重要因素。

对此,分析人士阮京文对记者表示:“奶粉不同年龄段的需求会有差异,所以细分为不同年龄段的奶粉产品,贯穿整个婴儿的成长全周期,对于这种高端配方的需求,包括不同营养成分的需求也决定了有很多市场机会可以进入,国内品牌奶粉主打更加适合中国婴儿,逐渐受到中国消费者的欢迎。”

## 健康不能靠“无糖”

无糖饮料替代含糖饮料,肯定是对身体更有益处的。但是,消费者还需要从身体上去控制自己的糖分摄入。

因此正确的饮食方式才是实现身体健康的重要基础,良好的生活习惯更是保持健康身体的不二法门。

健康饮料一定是新式饮料的未来趋势之一,因为现代人尤其是年轻人对健康的要求越来越高。但从根本上解决问题,还是要养成良好的自律的生活习惯。只有自律地生活,健康,才会更好地把握在消费者自己手中。

与用户达成互惠互利、合作共赢,建立长期诚信的战略合作关系;二是积极响应国家生态文明建设和发展多式联运的政策号召,针对当前“公转铁”“散改集”新形势,利用政策优势,地

域优势,资源优势,物流优势,不断加强产运需各方相互协作,实现“煤不落地”“点对点”“门对门”的全程清洁运输,拓展煤炭集装箱清洁运输的新模式;三是要为集装箱煤炭产业链各方提供高效精准的煤炭资源衔接及物流服务衔接,实现优势互补。

本 报 讯 (记者 樊春勤 □ 卢妮)据运销彬长分公司经营数据分析显示,仅3月份煤炭集装箱销量10.37万吨,完成月度兑现率248.83%;前三个月累计煤炭集装箱发运22.61万吨,完成全

## 陕煤运销彬长分公司煤炭集装箱发运首季告捷

年度度计划的180.89%,首季初告捷,迎来“开门红”。

面对运销集团下达的年50万吨集装箱任务,彬长分公司党总支书记、总经理惠煜要求,一是继续探索以集装箱为主的多式联运体系,围绕集装箱业务,逐步进行多品种、大规模的合作,

## 《2021中国母婴消费市场趋势洞察》发布

奶粉高端化趋势显著 国产品牌赢得信赖

本 报 讯 (实习记者 暴梦川)近日发布的《2021中国母婴消费市场趋势洞察》报告(以下简称“报告”)显示,奶粉品类因人群的细化得到拓展。随着奶粉市场进入多元化、精细化、专业化发展时代,消费者对奶粉的要求正在不断提升,除了基本的营养、品类之外,适用不同体质和不同针对性需求的不同配方、不同功效的产品成为当下关注重点,高端化持续引领奶粉品类市场发展。

记者从报告中了解到,中国母婴家

庭规模是2.78亿,其中90后的父母家庭占比为56%,90、95后将逐渐成为中国母婴市场新生代父母的主力军,其中,拥有本科及以上学历的高知父母占比更是达到整体的66%。作为在互联网背景下成长起来的90后父母更加遵循科学育婴,并且拥有更强的消费力和更高的消费意愿,对产品的新趋势也更加关注,“尝鲜”、“尝鲜”,对功效更“精细化”的养娃产品需求较高。

报告中的调研结果显示,消费者在购买奶粉时最关注产品成分安全,其次

## 声音

脂肪、零热量的饮料将成为热销产品。也因此,很多产品在营销上走起了“无糖”路线。但其实,“无糖”标签只是“无蔗糖”而已,食品本身的含糖量是存在的,不少生产者甚至暗地里添加果糖等。这种打擦边球的文字游戏,难逃欺瞒、诱导消费者的嫌疑,着实让人气愤。

无糖并不意味着不甜,而是把各种代糖当作甜味剂来满足口感。根据我国《预包装食品营养标签通则》的规定,食品中的糖含量少于0.5g/100g(固

体)或100mL(液体),即可标注为“无糖食品”。国家市场监管总局与中国食品科学技术学会编写发布的《食品安全风险解析》汇编(2014-2018年)中表示,按照标准规定合理使用甜味剂是安全的。

专家认为,如果单纯和含糖饮料相比,“0卡0糖”饮料确实对防治肥胖有帮助;但如果和水相比,由于甜味剂在脑中会产生兴奋的作用,会引导人摄入更多的高热量食物,从这个意义上来说,无糖饮料并不是完全健康的饮料。用脂肪、零热量的饮料将成为热销产品。也因此,很多产品在营销上走起了“无糖”路线。但其实,“无糖”标签只是“无蔗糖”而已,食品本身的含糖量是存在的,不少生产者甚至暗地里添加果糖等。这种打擦边球的文字游戏,难逃欺瞒、诱导消费者的嫌疑,着实让人气愤。

无糖并不意味着不甜,而是把各种代糖当作甜味剂来满足口感。根据我国《预包装食品营养标签通则》的规定,食品中的糖含量少于0.5g/100g(固

体和欧盟委员会允许其作为甜味剂用于非酒精饮料和调味饮料。根据联合国粮农组织世界卫生组织食品添加剂联合专家委员会评估结果,该物质的每日允许摄入量为一0.5 mg/kg bw”。此次被运用用于碳酸饮料中的最大使用量为“0.006g/kg”。该物质作为甜味剂用于碳酸饮料,可改善产品口感,降低产品热量。其质量规格执行原国家卫生和计划生育委员会2017年第8号公告的相关内容。

记者查阅相关资料了解到,目前,能够在碳酸饮料中使用的甜味剂有纽甜、甘草酸铵、甜菊素、蔗糖素、山梨糖醇、索马甜、阿力甜、甜菊糖苷、安赛蜜、异麦芽酮糖、乳糖醇、赤藓糖醇、罗汉果甜苷、木糖醇等。尽管在碳酸饮料中可被使用的甜味剂种类繁多,但消费者常见的多为

任何天然宝石或多或少都会存在天然包裹体

## 宝石无瑕疵是“需求”还是“苛求”?

睐。一位正在选购宝石首饰的年轻消费者对记者说:“钻石颜色比较单一,翡翠和玉石又过于老气。彩色宝石首饰就非常适合年轻人佩戴,颜色鲜艳,款式小巧精致,与服饰搭配有一种画龙点睛的感觉。”

记者在走访中发现,与“完美无瑕”的钻石饰品相比,不少彩色宝石却或多或少都有“瑕疵”,肉眼可见宝石内部“不太干净”,也让很多消费者表示“不能接受”。

记者从国家轻工业首饰质量监督检测中心了解到,任何天然宝石,多少

都会有天然包裹体存在,只是大小不同。对于彩色宝石类珠宝,包裹体对其价值的评价要明显小于颜色,更重要的看宝石的颜色和亮度,以及大小,从而对宝石整体有一个分析和评价。比如祖母绿,几乎是不可能找到无暇的,宝石里一定会含有裂缝或者内含物。而其裂缝内含物种类之多之复杂,甚至被研究者们称为“后花园”,甚至可以说是内含物或裂隙一定程度上“造就”了美丽的彩色宝石。还有,久负盛名的“鸽血红”红宝石,其内部因含有大量的丝状金红石包体,使得入射光线可以散射到宝石表面,赋予宝石更加柔和的

净度不能决定价值

记者在北京潘家园旧货市场一家彩宝专营店了解到,绝大部分产量少、价格昂贵的宝石都是净度不高的。例如,红

## 大连自贸区企业注册“秒批”项目拿地“即开工”

本 报 讯 (记者 孟祥山)日前,辽宁自贸试验区大连片区管委会副主任廖晓东介绍,我们全面推行“审批无障碍、监管不干扰”创新模式,推出了主体资格行政确认制、经营资格告知承诺制、“法人空间”“24小时”网上审批等一系列创新举措,实现了企业注册“秒批”、项目拿地“即开工”。

四年来,大连片区率先完成了总体方案确定的119项改革试点任务,累计推出320余项制度创新成果,3项创新入选国务院改革试点经验,2项创新纳入商务部最佳实践案例,62项创新在全省复制推广。

□ 本报记者 王薛滢

# 量子化妆品来袭 美丽需求下现「科技陷阱」

量子技术目前最主要的体现是在通讯领域,从手机、电脑、互联网、卫星导航到全球都在加速发布局的量子通信网,暂时还没有与日用品扯上关系。

中国科学技术大学物理学博士林梅曾在接受媒体采访时明确表示,目前除量子通信应用于金融安全等领域,其他量子技术都在研发阶段,没有应用于民用领域,而且量子技术对试验环境要求相当苛刻,一般民营企业根本无法达到,因此标榜“量子”的产品都是打着量子旗号的虚假宣传。

除了量子化妆品,出于对美的追求,化妆品的宣传可谓一直走在科技发展的前列。记者梳理近年来相关的“新概念”护肤品,大致分为三种类型,一是沉迷尖端科技型,比如最近流行的量子护肤品,还有此前的“纳米”“镭射”护肤品,在前端科学技术取得的进步时,趁热打铁挪在产品宣传上;二是“移花接木”型,如带有重建人造造血和免疫系统的造血干细胞,用于造血干细胞移植,帮助治疗疾病的脐带血移驾到护肤领域的脐带血胎盘素护肤,用于术后锁定的医疗护肤料变成“械字号面膜”,简单地认为这些东西对疾病有用,就会用护肤有用。三是“混着视听”型,防腐剂0添加、纯植物、产品不添加一滴水,前者是用常用的多元醇防腐体系替代防腐剂,后者则直接用配方里不额外加水,来混淆生产过程中添加水和有机溶剂的行为。

对此,研究反应的专家王亦坤在接受采访时表示,量子护肤类产品受欢迎反应的是消费升级问题。随着人们生活水平的提高,人们已经不再满足基本的吃穿住行,转向更高的生活消费需求,类似于更健康、更休息、更美丽等消费升级出现。量子护肤品本质还是护肤品,是人们追求更美丽消费的体现。

但需要说明的是,由于人们对美丽等追求并不是权益诉求,而是持续需求,所以随着供给发生变化,产品也会根据市场需求迭代。每个产品都有生命周期,在一个概念产品生命周期结束之时,另外一个或几个概念产品就悄然而生,量子护肤品或许就是一个新概念。

首都医科大学附属北京同仁医院主治医师陈雪则表示,首先消费者要理智的看待护肤品的概念,国家对护肤品的定义,就是涂抹在皮肤表面,有特殊功效的日用化学工业品,单靠自身就现有的植物是永远无法制作出乳液、面霜的,那些打着“纯植物”“无添加”等概念的商家,是在挣消费者的智商税;其次在购买护肤品的时候,消费者对于一些炒作的新兴概念一定要谨慎,真正好的东西是经得住时间验证的。

随着,生活水平与消费品质提升,消费者对于珠宝首饰的认知,逐渐从“黄金有价玉无价”“钻石恒久远”的财富体现,逐渐转向了“悦己”式消费。彩色宝石类首饰产品,因其具有强烈的色彩、稀缺的资源 and 精细的工艺,逐渐成为消费者投资、佩戴的首选。

业内人士指出,随着我国居民收入的持续上升,奢侈品与高端消费也有望获得提升。根据国际艺术市场发展规律显示,当人均GDP达到5000美元时,收藏需求会大幅上升,而我国在2020年人均GDP已突破1万美元,中国的高端珠宝市场或许将迎来发展的新阶段。

彩宝市场日渐火热

在国内外一项针对高净值人群的调查中显示,与新冠疫情爆发之前相比,有74%的受访者计划在珠宝、手表、时装、汽车等奢侈品上花费相同或更多的费用。

这个数据在中国个人奢侈品市场的表现更加强劲,疫情期间仍保持正增长,全年总市场规模达到440亿欧元,并有望在2025年成为全球最大的奢侈品市场。

4月4日,记者走访多家大型珠宝首饰市场了解到,消费者对于彩色宝石的消费热情逐渐提升。不少商家每个月都会举办“生辰石月”,将12种彩色宝石,对应12个月份,并赋予每种宝石寓意,以石寓人充满新意。此类宝石首饰价格从百元至万元不等,其价格取决于宝石的稀有度、成色、镶嵌工艺和镶嵌材质。

彩色宝石五光十色的光泽,时尚精致的款式,也吸引了不少年轻消费者的青