

行政执法文书送达公告
绿园区祥子货运服务部,法定代表人:
田有为,统一社会信用代码:
92220106MA84K6N3CT。你(单位)
吉AY0127车辆于2024年06月13日
23时24分在璧山隧道非现场涉嫌存
在载运可分载物品行驶公路的超限运
输行为。依据相关规定,本机关拟对
你(单位)作出:罚款人民币2000.0元
(贰仟元整)的处罚。因其他法定方式
无法送达,现依法向你(单位)公告送
达《重庆市璧山区交通运输委员会行
政处罚告知书》(20241200485),自本
公告发出之日起经过三十日即视为送
达。如对该处罚意见有异议,你(单
位)可以在收到本告知书之日起五个
工作日内向我局进行陈述、申辩,有
权要求举行听证,逾期视为放弃陈述、
申辩和听证权利。(如有疑问请联
系:023-81676011)。
重庆市璧山区交通运输委员会
行政执法文书送达公告
重庆亿汇物流有限公司,法定代表人:
韩德英,统一社会信用代码:
91500106MA5Y9911H。你(单位)
渝AP7Y59车辆于2024年07月21日
13时08分在璧山隧道非现场涉嫌存
在载运可分载物品行驶公路的超限运
输行为。依据相关规定,本机关拟对
你(单位)作出:罚款人民币500.0元
(伍佰元整)的处罚。因其他法定方式
无法送达,现依法向你(单位)公告送
达《重庆市璧山区交通运输委员会行
政处罚告知书》(20241200497),自本
公告发出之日起经过三十日即视为送
达。如对该处罚意见有异议,你(单
位)可以在收到本告知书之日起五个
工作日内向我局进行陈述、申辩,有
权要求举行听证,逾期视为放弃陈述、
申辩和听证权利。(如有疑问请联
系:023-81676011)。
重庆市璧山区交通运输委员会
行政执法文书送达公告
邵阳市大祥区玉丰货运经营部,法定
代表人:第五书,统一社会信用代码:
92430503MACF8AKM0Q。你(单位)
湘EC1095车辆于2024年07月16日
14时56分在保家非现场涉嫌存在载
运可分载物品行驶公路的超限运输行
为。依据相关规定,本机关拟对你(单
位)作出:罚款人民币2000.0元(贰仟
元整)的处罚。因其他法定方式无法
送达,现依法向你(单位)公告送达《重
庆市璧山区交通运输委员会行政处罚
告知书》(20241200657),自本公告发
出之日起经过三十日即视为送达。如
对该处罚意见有异议,你(单位)可
以在收到本告知书之日起五个工作
日内向我局进行陈述、申辩,有权要
求举行听证,逾期视为放弃陈述、申
辩和听证权利。(如有疑问请联系:
023-81676011)。
重庆市璧山区交通运输委员会
行政执法文书送达公告
北碚区万顺建材经营部,法定代表人:
雷露光,统一社会信用代码:
92500109MACB16W2CP。你(单位)
渝DL5728车辆于2024年07月16日
17时48分在保家非现场涉嫌存在载
运可分载物品行驶公路的超限运输行
为。依据相关规定,本机关拟对你(单
位)作出:罚款人民币500.0元(伍佰
元整)的处罚。因其他法定方式无法
送达,现依法向你(单位)公告送达《重
庆市璧山区交通运输委员会行政处
罚告知书》(20241200658),自本公
告发出之日起经过三十日即视为送
达。如对该处罚意见有异议,你(单
位)可以在收到本告知书之日起五个
工作日内向我局进行陈述、申辩,有
权要求举行听证,逾期视为放弃陈述、
申辩和听证权利。(如有疑问请联
系:023-81676011)。
重庆市璧山区交通运输委员会
行政执法文书送达公告
朱洪英,身份证号:5102321977****
2625。你(单位)川J86P02车辆于2024
年06月19日06时05分在保家非现场
涉嫌存在载运可分载物品行驶公路的
超限运输行为。依据相关规定,本机
关拟对你(单位)作出:罚款人民币
1000.0元(壹仟元整)的处罚。因其他
法定方式无法送达,现依法向你(单
位)公告送达《重庆市璧山区交通运
输委员会行政处罚告知书》
(20241200510),自本公告发出之日
起经过三十日即视为送达。如对该
处罚意见有异议,你(单位)可以在
收到本告知书之日起五个工作日内
向我局进行陈述、申辩,有权要求
举行听证,逾期视为放弃陈述、申
辩和听证权利。(如有疑问请联
系:023-81676011)。
重庆市璧山区交通运输委员会
行政执法文书送达公告
哈尔滨市平房区聚贤男运输户,法定
代表人:聚贤男,统一社会信用代码:
92230108MA1F8DGT0L。你(单位)黑
AS5310车辆于2024年06月14日23时
32分在璧山隧道非现场涉嫌存在载
运可分载物品行驶公路的超限运输行
为。依据相关规定,本机关拟对你(单
位)作出:罚款人民币1000.0元(壹
仟元整)的处罚。因其他法定方式无
法送达,现依法向你(单位)公告送
达《重庆市璧山区交通运输委员会行
政处罚告知书》(20241200491),自本
公告发出之日起经过三十日即视为
送达。如对该处罚意见有异议,你(单
位)可以在收到本告知书之日起五个
工作日内向我局进行陈述、申辩,有
权要求举行听证,逾期视为放弃陈述、
申辩和听证权利。(如有疑问请联
系:023-81676011)。
重庆市璧山区交通运输委员会
声明
公主岭安宝房地产开发有限公司(统
一社会信用代码:
91220318156076790R),于2019年更
改公章、财务章和法人章,特此声明
作废。
遗失声明
梨树县万佳种植家庭农场遗失人章
(身份证号:2203232696186,声明作
废。

抗螨空调被、AI智慧枕 家居礼品充满“黑科技”

在家居展馆,记者看到,水星家纺新推出了价格较贵的抗螨虫无窗空调被,康尔欧德推出了内置AI芯片,可在睡眠期间根据呼吸状况智能调节枕头高度的多功能智慧枕,咖法品牌以咖啡渣为原料推出“渣渣”系列水杯、笔记本、咖啡渣刨花板、咖啡渣高分子复合材料砖等……展商们纷纷拿出看家本领,“黑科技”,让家居产品呈现出健康化、品质化的特点。

越来越多的消费者开始注重睡眠质量与舒适度的提升,一些含有创新科技的床上用品成为了消费者尝鲜的对象。在展会现场,一种网格形状的枕头吸引了记者注意力,翼眠品牌销售经理白立春向记者介绍,“传统乳胶枕由于原材料的限制,在使用一段时间后会出黄、回弹慢、支撑力不足甚至变形等问题,这款乳胶枕不仅对头部与颈部的支撑力强,更加透气,而且还可以全身水洗,能够有效地延长枕头的使用寿命,解决了一直困扰消费者的清洁问题。”白立春说。

不仅提升睡眠质量需要多重努力,用哪种杯子喝水也是一门学问。浙江飞剑科技公司推出的钛杯采用特殊技术处理,能够有效抑制大肠杆菌、白色念珠菌、肺炎克雷伯氏菌的滋生。该品牌代理商负责人杨杰向记者介绍,“这款钛杯不仅外观精致,还能抑制水中细菌的滋生,为杯中的牛奶、茶水进行保鲜。由于钛杯的制作工艺较为复杂,所以价格在千元以上,面向的市场也以高端送礼为主。”

图为消费者体验某品牌枕头。



图为展示的钛金属保鲜杯。



文创礼品:把城市记忆带回家



图为金属文创冰箱贴。

文创产品一直都是礼品消费市场的主力军,在本次展会上,记者看到,城市地标冰箱贴、城市代表味道的香膏、烫金工艺的城市地标笔记本、兔舌形状的橡皮擦……越来越多的文创产品都和城市特色结合起来,让每个城市独特的文化通过文创礼品的形式被消费者所熟知。

“妈妈你快看,这个冰箱贴上的竹子会动!”一位小女孩兴奋的声音吸引了记者的关注,记者看到,小女孩手里的这款金属冰箱贴以成都的城市文化为主题,融入了川剧服饰、火锅以及熊猫等特色元素,熊猫手中拿着的竹子设计为可移动款式,通过移动竹子的位置可以把竹子“喂”到熊猫口中。小女孩的妈妈告诉记者,“她带孩子旅游必买的纪念品就是文创冰箱贴,每当看到冰箱上贴满了各个城市的冰箱贴就能回忆起美好的旅行时光。女儿和小伙伴经常在旅游结束后互赠文创冰箱贴,作为礼物,小小的冰箱贴不仅承载了回忆还连接了友谊。”

温州博景文化有限公司销售经理林启安向记者介绍,城市文创冰箱贴设计丰富多样,能够融入当地地标建筑、代表文化元素等特色,具有一定的文化内涵,而且精致美观、便于携带,是旅游时作为赠

送礼品的一种选择。他透露,带有城市文创冰箱贴单个售卖的情况以零售渠道较多,礼盒套装则多为企业采购,他们会将其作为会员礼品、会议伴手礼等送出。

记者看到,展会上展出的城市文创冰箱贴主要以金属材质为主,亚克力、木雕、流沙等材质的城市文创冰箱贴也受到消费者的关注。一位冰箱贴设计师对记者表示,随着城市文创冰箱贴的“玩法”不断丰富,他们也在考虑在冰箱贴上融入 NFC 功能等科技元素,用手机贴近 NFC 芯片,就可以在手机上阅读城市的简介,增加产品与消费者的互动感,为进一步拓宽冰箱贴市场、传播城市文化提供新的路径。

除了文化味十足的城市文创冰箱贴,城市代表味道香膏更是抓住了消费者的“心”。“西湖龙井是杭州特产,所以杭州的香膏味道就是龙井味;上海的香膏味道则是上海市花白玉兰的味道。我们在匹配城市与香味时多采用中式香调,采用了每个城市特有的香气,想让消费者一闻到这种气味就能想起在该城市的时光。”同时,他们还推出了护手霜、香薰蜡烛等礼盒,目前已经有多家公司在展会上与我们达成了采购意向。”一位销售城市代表味道香膏的展商告诉记者。

功能与个性需求增长

礼品消费迈向年轻化

本报记者 张钰格格 □ 黄芷凌 文/摄

礼物,是表达情感的媒介,承载着亲情、友情以及对工作伙伴的敬意。随着中秋、国庆双节的临近,消费者对礼品的需求不断增长,礼品消费的高峰期即将来临。

8月15日至17日,第50届中国·北京国际礼品、赠品及家庭用品展览会在中国国际展览中心举办。本届礼品家居展覆盖智能家电、缤纷食品、品质家居、文创IP等多种品类,集中展示功能化、便捷化、个性化、定制化及创意化的新品,礼品消费年轻化趋势明显。

“朋克养生”成潮流 “三低食品”受青睐



图为消费者在询问食品礼盒信息。



图为消费者在等待试吃食品。

“民以食为天”,食品是礼品中最常见且最受欢迎的品类之一。一走入展馆,记者立刻被热闹非凡的食品展区所吸引。诱人的俄罗斯香肠、金黄流心的月饼、香脆的坚果、鲜亮清透的果脯、浓郁醇厚的巧克力……各种美食的香气弥漫在空气中,引得消费者纷纷驻足品鉴。

休闲食品作为消费者在闲暇、休憩时吃的补充性食品,能够带给消费者在味蕾上的即刻满足。而伴随消费者健康意识的不断提升,低糖低卡、优质原料等逐渐成为新的消费诉求。记者看到,本届礼品家居展展出了多种低糖、低盐、低脂的“三低食品”。

“现代人都注重健康,低糖低脂已成为普遍需求。鲜品屋的月饼总糖含

量低于国家标准规定的25%—35%,并采用天然黄油制作饼皮,受到了消费者的欢迎。”鲜品屋新式健康月饼的展会销售人员表示。

在本届礼品家居展上,除了休闲食品之外,营养健康食品也备受瞩目。记者了解到,今年不少食品展商都带来了具有健康功效的新品,包括叶黄素鸡蛋、阿胶酸枣仁膏、富硒南瓜山药玉米糊等。

“阿胶酸枣仁膏一经推出便大受欢迎,目前已成为工厂批发量最高的产品,甚至一度出现断货的情况。”东阿百年堂的展会销售人员告诉记者。

一些食品展商还针对年轻群体的消费需求,展出多款创新性营养健康产品。这些产品以其便携性、即食性

为特点,同时具备复合化功能,满足年轻消费者免疫提升、消化健康等多方面的健康需求。

“现在把养生挂在嘴边的可不只是老年人,越来越多的年轻人加入养生大军,‘朋克养生’指的就是这届年轻人的生活方式,食品行业也顺应这个趋势,推出了更多符合年轻人需求的产品。”北京京食集团的展会销售人员告诉记者。

行业分析报告《中国营养健康食品行业蓝皮书》也指出,营养健康食品最新消费趋势之一是人群的年轻化,年轻群体维持高速增长并逐渐成为营养健康食品消费的中坚力量。年轻群体对健康生活方式的追求正推动着营养健康食品市场的创新发展。

满足功能需求 提供情绪价值 小家电礼品有点“卷”



图为3D炭火暖风机。



图为展商工作人员在介绍小家电产品。

随着生活水平的提升,消费者逐渐由功能消费进入到品质消费阶段,对家电产品的需求从功能家电(大家电)向非必需的品质家电(生活类小家电)延伸。如今,小家电已渗透至消费者的日常生活,覆盖了从个人护理到居家生活的各个领域,也逐渐成为礼品市场的重要组成部分。

格兰仕的微波炉一体微波炉、大宇的微型低噪破壁机、滴水的轻巧智能洗地机、星粒的便携智能咖啡机……这些创新小家电在本届礼品家居展上纷纷亮相。它们不仅在功能上实现了升级,通过多功能整合有效节约家居空间,智能化功能帮助减轻家务负担;同时也在设计上进行了创新,通过高颜值特性提升家居美观度,多种样式可以轻松融入各种家居风格。

“这款微波炉一体机是销量最高的产品,它具备智能杀菌、营养解冻功能,即使是难以清洗的食物也能充分杀菌,并且最大程度还原新鲜食物的口感。此外它还配备智能菜单多功能,支持蒸排骨、烤肉、烤蛋糕等多种烹饪模式。对于忙碌的上班族来说,无需手动调节温度和时间,只需一键操作

就能享受美味佳肴,既方便又快捷。”格兰仕的展会销售人员告诉记者。

由禾集团的展会销售人员向记者介绍,“夏普这款3D炭火暖风机不仅展现出逼真的火焰效果,还模拟了木炭燃烧时发出的微光。想象在寒冷的冬天,坐在房间里观赏这样的焰火,吹着温暖的暖风,多么有氛围感。现在的年轻人都追求这种沉浸式体验,所以由禾本次也专门展出了这款创新产品。”

在家电消费不断升级的当下,要想获得消费者的青睐,小家电不仅需要具备实用性,还需满足消费者的个性化需求,并带来情绪价值。尤其是在当代年轻人的消费习惯和社交语境中,他们希望通过产品和使用体验塑造一

种生活方式,展现个人生活态度。相关数据显示,那些能够营造沉浸式场景体验的小家电越来越受到年轻消费者的喜爱。

“妈妈你快看,这个冰箱贴上的竹子会动!”一位小女孩兴奋的声音吸引了记者的关注,记者看到,小女孩手里的这款金属冰箱贴以成都的城市文化为主题,融入了川剧服饰、火锅以及熊猫等特色元素,熊猫手中拿着的竹子设计为可移动款式,通过移动竹子的位置可以把竹子“喂”到熊猫口中。小女孩的妈妈告诉记者,“她带孩子旅游必买的纪念品就是文创冰箱贴,每当看到冰箱上贴满了各个城市的冰箱贴就能回忆起美好的旅行时光。女儿和小伙伴经常在旅游结束后互赠文创冰箱贴,作为礼物,小小的冰箱贴不仅承载了回忆还连接了友谊。”

温州博景文化有限公司销售经理林启安向记者介绍,城市文创冰箱贴设计丰富多样,能够融入当地地标建筑、代表文化元素等特色,具有一定的文化内涵,而且精致美观、便于携带,是旅游时作为赠



图为消费者在选购厨具产品。