



▲市场监管局局长李余根与5名评委一起欣赏获奖作品  
记者 郑炜青 摄

### 3·15 株洲书法大赛评选结束 本月 15 日揭晓

本报讯(记者 郑炜青)昨天上午,在株洲市市场监督管理局,3·15“信用让消费更放心”株洲书法作品大赛评委李学明、聂鑫森、楚石、马立明、蒋冰对收到的138件参赛作品进行了评选。本次参赛作品形式多样,包括篆、隶、行、楷、草等。市青年书协主席、评委蒋冰说:“株洲很多国展高手都送来了参赛作品。本次大赛的作品质量,基本上代表了株洲书法界的较高水准。”  
本次书法大赛,参赛者年龄跨度大。株洲景炎学校学生谭雯为最小的参赛者,仅12岁;最大年龄参赛者为先太,96岁,离休

老干。但总体而言,仍以中青年参赛者为主。为确保评选过程公正、公平、公开,5名评委首先将所有参赛作品都摆在大厅,然后一一评选。第一轮,先挑选出与本次参赛主题明显不符的作品,再剔出作品质量存在明显瑕疵的,如存在错别字,繁简体字混用明显、印章缺失的。第一轮评选后,32幅作品入围。第二轮评选,从入围作品中挑选出一、二、三等奖共12幅作品,一些略有瑕疵或主题不十分突出的作品则被评为“优胜奖”,共20幅。获奖作品名单,株洲晚报将于3月15日公布,敬请关注。

## 酒仙湖上的水云桥通了 设多个玻璃观光台,可直视水面

本报讯(记者 肖蓉 通讯员 李茂春)横跨酒仙湖的水云桥,曲径通幽的环湖游道、磅礴大气的酒埠江地质博物馆……酒仙湖景区经过3年多的升级改造,目前已焕然一新。  
酒仙湖景区从2016年开始进行升级改造,系省内第一个旅游PPP项目,目前累计完成投资近11.5亿元,处于边建设边运营阶段。今年1月,正式成为国家4A景区。  
景区负责人介绍,随着改造工程进入结尾阶段,该景区正在从传统观光景区向体验型休闲旅游度假区的转变,修建了19公里长的环湖游道,扩建了酒埠江地质博物馆,建立了渔樵

耕读片区、攸州记忆滨湖休闲区、青林幽谷森林康养区、攸女仙境民俗体验区、碧青山林地露营区、活力水湾水上活动区六大区。  
新建的横跨酒仙湖的水云桥,全长373米、宽6米,为攸县境内第一座双塔单跨悬索桥,桥的两侧设置了多个特效玻璃观光台,可直视水面,桥面绘制了3D彩绘图。今年,景区还陆续推出皮划艇、帆船、水上单车等多种水上运动项目。  
“景区已实现了wifi全覆盖。”上述负责人称,同时,酒仙湖景区的停车位、游步道、公共厕所等基础设施得到进一步完善。



▲近距离欣赏酒仙湖美景,上水云桥成最佳选择  
通讯员 李茂春 摄

#### 相关新闻

### 万人采茶踏青季,千人合唱玩快闪

本报讯(记者 肖捷 通讯员 罗武吉 易宇)三月是一年各景区景点启动预热新一季旅游市场的重要时间节点。近日,一场“万人采茶踏青季”主题活动在攸县酒仙湖景区举行,近千名来到长株潭的游客以快闪的形式“唱响我和我的祖国”。  
在攸县酒仙湖景区内处处波光粼粼,风景如画,来自长株潭地区的近千名游客在雨中泛舟湖上别有一番滋味。上午10点,当《我和我的祖国》优美的旋律一响起,立刻就吸引了众多游客驻足,演员们换上节日盛装,从四面八方聚集到了广场,周围的游客也纷纷聚集,围拢在快闪演员的身边一起歌唱祖国,用动听的歌声和优美的舞姿共同抒发对伟大祖国美好祝愿。快闪活动的举行也使现场游客们倍感惊喜,直呼“新颖、时尚”,纷纷驻足观看、拍摄留念。  
据了解,此次“万人采茶踏青季”主题活动从3月8日开始,策划组织了采茶、制茶、品茶、百人采茶歌舞、油纸伞文化景观体验、攸女美食小吃体验等内容,并推出多条惠民旅游线路,让游客在酒仙湖感受春天的“味道”。

### 2019年储蓄国债发行 凭证式国债须到柜台购买

本报讯(记者 戴凇)对于很多年轻人来说,对“国债”已经比较陌生,但由于其更稳健的收益率,其实是理财不错的选择。3月10日,2019年第一期储蓄国债(凭证式)和2019年第二期储蓄国债(凭证式)正式发行,位于我市的10余家银行均可接受市民的国债认购申请。  
最近两年,P2P平台在野蛮生长后频频暴雷,不少市民将理财的目光回归到国债和银行理财。其中国债当中最受大家欢迎的应该是储蓄式国债了,因为储蓄国债不仅保本保息,还有着不逊色于银行理财的收益率。

此次发行的储蓄国债第一期期限为3年,最大发行额180亿元,票面年利率4%;第二期期限为5年,最大发行额120亿元,票面年利率4.27%。如果市民以10万元购买两期国债计算,本次发行的两期国债累计到期收益分别为12000元、21350元。  
我市有工行、农行、中行、建行、交行、邮储、招行、中信、兴业、浦发、光大、华夏、民生、广发、北京银行等近20家银行可接受市民的国债认购申请。不过需要提醒的是,凭证式国债只能通过柜台购买。

### 株洲晚报春季虫草、三七滋补节开始啦! 产地直销,仅限10天。

# 三七低至150元

吃过三七粉的都说非常好!它是清除自由基的超人、它是血管的著名清道夫、它是提高免疫力的高手!无论是西医还是中医都对它颇为敬仰!

## 每天只要1.5元

品名	规格/克	价格/元
三七20头	500	369
三七30头	500	269
三七40头	500	219
特价三七	500	150
西洋参	500	298
天麻	500	168
铁皮石斛	500	300
枸杞	500	25
丹参	500	50



### 常吃三七

- 降低肝脏脂肪,防治肝脏纤维化;
- 缓解慢性疲劳综合征,使人精力充沛;
- 适用三高人群,稳定血压、血糖、降低血脂;
- 缓解失眠、神经衰弱,使大脑清醒;
- 增强免疫力、气血流畅,活动轻松;
- 美容养颜、排除毒素,增强气色。

订购电话:22717000 兑换时间:3月9日-3月18日  
兑换 泊泉酒业(芦淞区解放街株洲市一中后门金利宾馆对面101号门面)  
地址:株洲晚报一楼大厅(天元区新闻路18号) 本次活动仅限10天

## 中消协发汽车投诉榜单 奔驰、宝马、奥迪等上榜

中国消费者协会11日发布报告称,对2018年全国消协组织受理的汽车投诉数据分析发现,从投诉涉及品牌前十名来看,比亚迪投诉量最大,德系三大豪华车品牌奔驰、宝马和奥迪全部上榜。

### 我国汽车保有量高速增长,去年的投诉比前年降了5.8%

随着经济社会持续快速发展,近年来中国汽车保有量保持高速增长态势。据公安部统计数据,2018年全国汽车保有量达2.4亿辆,比2017年增长10.51%。另据中国汽车工业协会发布的数据,2018年国内汽车产销分别完成2780.9万辆、2808.1万辆。

中国消费者协会11日发布《2018年全国消协组织受理汽车产品投诉情况分析》报告称,2018年,全国消费者协会投诉与咨询信息系统共录入汽车产品(含零部件)投诉19283件,相比上一年下降了5.8%。



▲去年北京一车展现场,人山人海 网络供图

### 比亚迪投诉量最大,德系三大豪车均上榜

根据报告,从投诉涉及品牌前十名来看,按照投诉量排序,比亚迪位居第一位,第二位到第十位分别为奔驰、宝马、别克、奥迪、一汽大众、长安福特、东风日产、上汽大众和东风本田。  
“德系三大豪华车品牌奔驰、宝马和奥迪全部上榜,也从侧面反映了汽车消费呈现升级趋势。此投诉数据为绝对值,因各汽车品牌的销售量和保有量不同,消费者应综合考量。”报告称。  
据了解,各品牌被投诉问题均是集中

于售后服务、合同和质量方面。售后服务主要问题为不履行三包义务、不履行售后承诺,合同违约行为主要集中在订金方面,质量问题主要为产品性能和不合格产品。  
从被投诉的具体问题看,TOP10品牌被投诉问题主要集中在订金、发动机、轮胎、涉嫌欺诈和车漆等问题,其各个品牌主要问题略有差异。其中,东风本田机油问题较为突出,奔驰、一汽大众、长安福特、奥迪的油漆问题相对占比较高。

表1:被投诉汽车品牌TOP10(完整统计见附表)

序号	品牌	售后服务	合同	质量	虚假宣传	价格	安全	假冒	人格尊严	计量	其他	总计
1	比亚迪	279	124	81	53	15	5	3	3	2	84	649
2	奔驰	197	93	126	12	16	3	3	2	2	96	550
3	宝马	160	130	107	19	16	5	6	3	3	93	542
4	别克	180	125	121	9	15	3	1	3	0	79	536
5	奥迪	132	100	132	14	10	2	4	3	3	74	474
6	一汽大众	101	97	94	11	7	5	5	2	2	85	409
7	长安福特	98	93	88	20	22	4	4	0	0	79	408
8	东风日产	106	108	78	8	13	5	3	2	0	84	407
9	上汽大众	108	91	98	16	16	3	3	2	0	66	403
10	东风本田	109	87	104	6	10	1	1	1	0	78	397

### 消费者购车应注意哪些?

中消协提醒消费者,购车过程中对商家有关退还购车定金、保险押金等的口头承诺要格外留心,注意留存定金或押金收据,必要时对商家的口头承诺进行录音,主动争取签订纸质的定金或押金退还协议。  
汽车三包实施后,消费者要注意保留车辆购车发票及汽车三包凭证,这是消费

者使用汽车三包进行维权的基本条件,汽车三包第四章第十三条规定:“修理者应当建立并执行修理记录存档制度。书面修理记录应当一式两份,一份存档,一份提供给消费者。”因此消费者每次修理后应向4S店或修理厂家要维修发票,作为日后维权的证据。

## 零食跨界出面膜 一招鲜后还有啥?

刚刚过去的妇女节再度刺激了商家的营销热潮,一款“瓜子脸”面膜成了热门,因为这是一款从里到外的真·瓜子面膜——由洽洽和春纪推出的跨界款,连外包装都与洽洽经典的香瓜子产品如出一辙。  
北京青年报记者了解到,如今零食界跨界时尚圈的事成了一众“老品牌”的规定动作,而这背后是品牌重塑形象,借力完成年轻化的野心。

### 现象 洽洽出瓜子脸面膜“掺和”妇女节促销

妇女节前,洽洽与春纪跨界合作,推出了一款瓜子脸面膜礼盒。洽洽这款面膜被命名为“瓜子脸”,外包装采取了洽洽香瓜子的经典包装。乍一看到底是一盒面膜还是一袋瓜子,也是傻傻分不清。洽洽虽然是坚果品牌,但其瓜子产品则是拳头产品。而中国的传统审美中,最理想的古典美人就是标准的“瓜子脸”,结合二者的特点,“瓜子脸面膜”也就应运而生。  
“瓜子脸”面膜在妇女节前发布,于洽洽官方旗舰店预售。北青报记者注意到,该面膜并没有单独销售,而是采取了与洽洽零食礼盒一起搭售的方式,售价119元。截至记者发稿时,该套礼盒已经销售了近3000份。此外,北青报记者从洽洽方面了解到,由于此次“瓜子脸”面膜较受欢迎,其计划在今年4、5月间推出“洽洽红”口红这一新的跨界产品。  
另外,去年国民品牌大白兔与美加净推出大白兔润唇膏,限量发售920支,刚刚打开预售就销售告罄。官方价2支80元的唇膏,在一些二手网站上叫价到200元一支。

不仅是彩妆界,去年天猫双11全球潮流盛典上,当身着旺旺与独立设计师品牌TYAKASHA联名款红色毛衣的模特走上T台时,观众席间响起一阵欢呼。旺旺卫衣、毛衣和零钱包均在7秒内售罄,还带动了近70多万粉丝涌入旺旺天猫官方旗舰店,客流量比平时翻了10多倍。在去年,同样备受欢迎的还有泸州老窖推出的香水,周黑鸭推出的口红等,以及后来出现的营养快线眼影和旺旺雪饼气垫等。

### 意图 拯救品牌“中年危机”付出少效果佳

而仔细观察参与这一波的国内跨界营销的品牌不难发现,这些品牌如今均面对着“中年危机”。  
在营销方面,跨界营销成了上述品牌线上的主要选择,业内人士认为,这是典型的营销中的“以小博大”,各家老品牌付出最少投入却效果最佳。  
在中国旺旺的半年报中,其2018年上半年财年的营收为92.48亿元,比2017年增长了3.2%。洽洽食品目前发布业绩快报显示,2018年度实现营业收入41.9亿元,较上年同期增长16.34%。而娃哈哈也宣布2018年营业收入恢复了正向增长。

### 观察 跨界营销还要再上一个台阶

营销业内人士表示,跨界营销并不是万试万灵。以故宫为例,这两年故宫作为文化IP也算是跨界动作频频,但是近来故宫跨界时装产品部分销量不佳。另一个想要做跨界营销的品牌必须面对的现实是,如今的网友已经开始习惯品牌跨界了。也就是说,简单地出个彩妆或只是“贴画”式地将一些产品披上跨界品牌的外包装,已经不能满足网友的“猎奇心理”。在这一情况下,可以说2019年网络的跨界营销必须要再上一个台阶,不然可能会事倍功半。  
(据北京青年报)