

给妈妈送一份惊喜

我市开展认种认养母亲林活动

本报讯(记者 周皓)“母亲节给妈妈送一份绿色惊喜。”5月11日上午,由市妇联、市规划和自然资源局共同发起的2021年母亲节“共为锦绣太原城添绿”认种认养母亲林活动在玉泉山城郊森林公园举行,百余位市民搬苗扶树、挥锹培土,栽下200余株绿意盎然的油松和金叶卫茅,把对亲人的浓浓情谊化为助力太原创建全国文明城市和国家森林城市的具体行动。

母亲节来临之际,有什么比以母亲的名义认养一棵树更能表达我们对母亲的

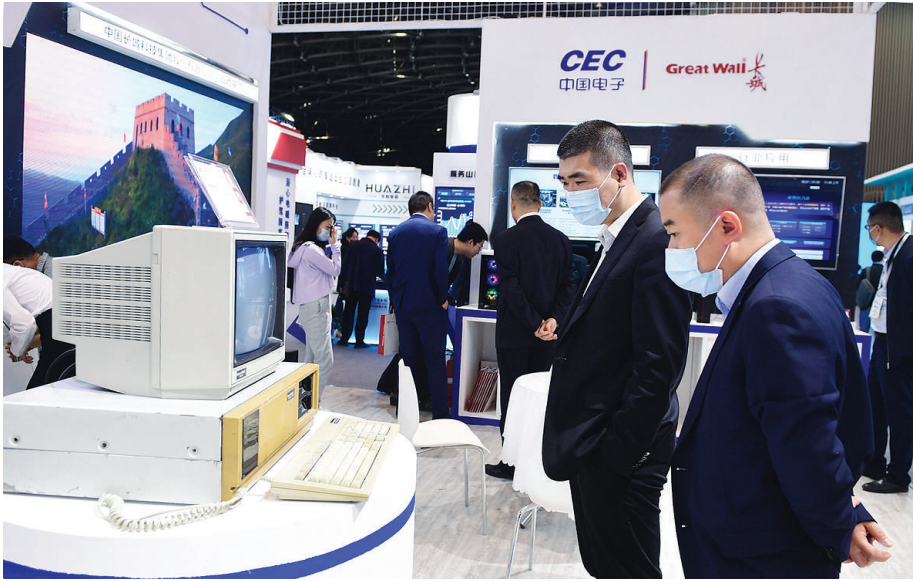
深切祝福呢!此次认种认养活动是我市开展“互联网+全民义务植树”定制纪念树、纪念林活动的其中之一。活动面向党政机关、企事业单位、社会团体、医院学校、社区家庭及广大市民,自5月9日启动网络报名以来,得到社会各界的积极响应。

记者在现场看到,参与的百余位市民在认种认养区内选择自己喜欢的“母亲树”——油松或者金叶卫茅;在专业人员的指导下严格按照技术规范完成种植;然后

市民领取二维码标识牌,扫码填写自己的相关信息,就完成了认种认养命名。不少市民还会高兴地与“母亲树”合影并分享朋友圈。最后,市国土绿化中心还给参与市民颁发了全民义务植树尽责证书、国土绿化荣誉证书。

市妇联宣传部部长曹素玲表示,举办本次活动就是为了大力倡导“人人爱绿植绿护绿”的文明风尚,助力太原创建全国文明城市和国家森林城市,再现锦绣太原城盛景。通过此次活动,大家为我

市创建国家森林城市栽植一片绿色,奉献一片爱心,也会影响到更多的人加入到我市创建国家森林城市行动当中来。



开放味道浓 创新味道浓 山西味道浓

第十二届中博会要“给你好看”

本报讯(记者 贾尚志)第十二届中部博览会,是“十四五”开局以来在中部地区举办的首个国家级经贸盛会。本届博览会将有“开放味道浓”“创新味道浓”和“山西味道浓”三大特点,可谓亮点纷呈、特色明显。

第十二届中部博览会组委会介绍,本届中博会首先是“开放味道浓”。国内方面,强化区域开放合作,广泛邀请周边省份、京津冀、各直辖市参会。国际方面,扩大对外开放,广泛邀请外国政府首脑、世界500强企业、知名跨国公司等参会。除举办高规格的外资企业座谈会外,还将举办跨国公司中部行、中美省州经贸合作研讨会、中匈(匈牙利)地方合作机制会等一系列活动,涉及外方人员机构众多、行业区域广泛,是

一场“开放味道浓”的国际性盛会。

其次是“创新味道浓”。一是展会模式创新,首次采取线上加线下、主会场与4个分会场相结合的“1+N”模式;二是活动设置更加务实创新,专门设置新产品发布会、特色商品交易会、订货会等活动;三是展示内容创新,围绕“六新”,设置专题展和新产品展,将对中部地区的新产品、新技术、新成果,特别是装备制造及高新技术产业方面的成就进行集中展示。

再次是“山西味道浓”。山西是中华民族和中华文明的重要发祥地,有着“五千年文明看山西”的美誉。黄河之魂在山西,长城博览在山西,大美太行在山西,“山西味道浓”在4个分会场都可以得到体现。大同分

会场,依托其丰厚的文化旅游资源,除举办新能源成果展,还设置了“游山西·读历史”文化旅游体验等特色活动。朔州分会场,依托其悠久的陶瓷历史和储量丰富的高岭土资源,联手景德镇将举办中国名瓷、观三晋窑火等特色活动。吕梁分会场,依托其著名的酒都汾阳杏花村,将举办白酒产业博览会。晋中分会场,依托山西南果中粮北肉东药材西干果等丰富的资源优势,举办有关山西特优农产品的展示交易活动。



重点项目 承诺制改革 开始试点

本报讯(记者 何宝国)5月10日消息,我省在综改示范区、11个设区市各选择1个开发区,先行开展核准类产业项目承诺制改革试点。

根据《山西省核准类企业投资项目承诺制改革试点方案》,我省围绕企业关切度高、涉及项目多、报建梗阻大的重点核准事项,开展承诺制改革试点。企业承诺事项10项,包括项目核准、非重大建设项目环评审批、节能审查、生产建设项目水土保持方案审批等。企业办理承诺事项时,需承诺的内容企业可一次性合并出具。

在改革过程中,14项事项由政府统一服务,包括因工程建设需要拆除、改动、迁移供水、排水与污水处理设施审核,区域环境影响评价,节能评价审批等。根据开发区内项目进度和建设需要,由开发区管委会组织协调有关部门限期办好的事项包括,工前完成市政管网接入项目用地边界,供地前完成设施迁改等。

中国品牌价值
排行榜发布

山西焦煤
两项夺冠

本报讯(记者 何宝国)5月11日消息,第二届中国品牌建设联席会二次会议在上海举行,国际优势集群品牌联盟宣告成立。在公布的中国品牌价值排行榜中,山西焦煤集团荣获能源化工地方企业第一名和炼焦煤企业第一名。

炼焦煤是中国能源安全的重要基础,是中国钢铁工业的“粮食”,是我国工业实现自主安全可控发展的重要力量。目前中国煤炭、钢铁产量均占到全球的50%左右,其中炼焦煤产量超过全球的60%。

去年以来,我省对省属焦煤资源进行重大战略性重组。新组建的山西焦煤,成为全国最大的炼焦煤生产加工企业和炼焦煤市场主供应商,拥有煤炭资源279.9亿吨、炼焦煤资源190亿吨,占全国炼焦煤资源量的17%和全省炼焦煤资源量的37%,产业集中度、国际竞争力及在炼焦煤市场的主导权和话语权进一步提升,实现了发展升级、竞争升级、优势升级。

“我的消费故事”征文之一九八

闹心的羽绒裤

主持人:如今,网购形式越来越多,商品质量良莠不齐,作为消费者应该具备较强的鉴别能力。但是,作为商家,不论以何种方式经营,诚信是底线,涉嫌虚假宣传、商品以次充好等行为,表面上看坑的是消费者,实则砸的是自家牌子。

讲述人:天柱

眼瞅着最近的气温直线上升,我终于可以脱下冬装了。但看着手里的羽绒裤,我还是不由得想起了那次憋屈的网购经历。

去年冬天,一直想买一条称心的棉裤,在某购物平台,一款中老年羽绒裤映入眼帘。商家宣称内含90%的白鸭绒,可外穿。我仔细看了商品介绍,首先,有加厚加高的护腰,后腰处高出5厘米,可以对腰部进行有效保护;其次,膝盖处有加厚设计,能有效保暖,使中老年人不再遭受老寒腿的折磨;最后,裤脚处有拉链,可以任意调节,兼

顾内外两穿。如此周到的设计,怎能不令人心动?最主要的是,商家郑重承诺:真羽绒,防风保暖,保证质量,免费退换!就它了!为了保险起见,对商家的宣传表述以及承诺,我均向客服人员一一核实,之后才下单购买。

三四天时间,我收到了货,打开一看,是我选的那条黑色的,但再仔细看,实物却与商家所说的完全是两码事:一,没有加高护腰;二,膝盖处很薄;三,裤脚处也没有拉链!难道是发错货了?于是,我急忙联系客服说明情况。客服人员让我拍照回传图片,之后却告之没有问题。“实物与宣传的一点儿都不搭边,怎么就没事?”我提出质疑,可对方强调,这款羽绒裤分为黑色和军绿色的两种,我选的是黑色羽绒裤不加高腰、膝盖处不加厚且裤脚不带拉链,而军绿色的才有这些“功能”。

“这不是‘挂羊头卖狗肉’吗?我要退货!”“亲,我们店铺不支持7天无理由退

货。”“那换货总可以吧,就给我换成那款军绿色的。”“可以换货,但来回的运费由您自己承担。”与客服人员一交涉,我被噎得够呛,最终还是败下阵来。没办法,我只好不甘心地穿着这条羽绒裤过了冬。但是,这件事让我意识到,网购真的需谨慎;还有就是自己缺乏了一点执着精神,导致与商家的较量败下阵来,以后我一定要学会维护自己的合法权益,不能让无良商家为所欲为。

李晓琳 编辑整理

征稿启事:消费纠纷、消费疑惑、消费心得,您均可“现身说法”,内容必须突出故事性,800字左右。投稿方式:您可以将稿件寄送至新建路78号太原晚报经济部“我的消费故事”栏目;也可发送邮件:tywbkl@163.com,本栏目长期征稿,期待赐稿。