

助力非首都功能疏解

北京老牌批发市场纷纷撤市

本报记者 李婕

“买童年玩具的天意要关门了。”近日，一则天意市场要关门的消息在网上勾起了北京市民的童年回忆。近年来，北京一批老牌批发市场的撤市动作频繁。或搬迁完成，或进入倒计时时间，批发市场的撤市正助力北京的非首都功能疏解，未来这些地区将呈现全新业态。

■撤市进入倒计时

这几日，位于阜成门外大街的天意市场生意异常红火。诞生于1992年的天意小商品批发市场有着北京“小义乌”的称号。听闻天意即将关闭的消息，许多市民纷纷前来“扫货，而不少商户也已开始清仓甩卖。

据多位商家表示，天意市场向商户们发放了调查表。该表显示，6月25日起市场不再收取柜台费，7月1日到9月15日为免费甩货期。今年天意市场将彻底落幕。

仅6月以来，就有不少老牌批发市场进入疏解行列。

6月12日，丰台区大红门地区最大的鞋业批发市场——占地4.1万平方米的北方世贸国际鞋城彻底关停，清退商户650家，疏解从业人员2000余人。

6月15日，东城区永外城文化用品批发市场交易市场闭市，共疏解商户1241户。这也意味着北京最大的文化用品批发市场自此告别市民。

6月15日，位于“动物园批发市场”的万容天地服装市场张贴市场疏解预告公告，拟定于6月24日启动疏解工作。万容市场建筑面积4万余平方米，现有摊位1886个。

来自北京市商务委的数据显示，2015至2016年，北京市共疏解提升市场302个、物流中心51个。2017年计划完成疏解提升市场120个、疏解物流中心38个，目前已完成疏解提升市场53个、疏解物流中心3个，累计涉及建筑面积约60万平方米。

■离京上网有出路

在异常忙碌的天意市场，店铺商家还在进行着另一项工作——与顾客添加微信，留下联系方式。有的商家甚至将微信二维码印在名片上，只要有顾客前来，就发放名片，并嘱咐客人可以“微信订货”，还会在朋友圈及时更新商品信息。

据一位店家介绍，“很早就听到搬迁的消息，生意已经开始往网上转移。”因为天意市场的客户以批发商为主，所以保留客源是未来商家延续生意的重要内容。这样一来可以通过网店继续进行销售，二来以后搬迁到新址之后可以及时告知。

伴随着一个个大型市场的疏解，大批商户也在探索未来的出路。

除了电商的吸引，天津、河北多个区县也向搬迁的商家抛出橄榄枝。据东城区商务委相关负责人介绍，东城区商务委专门编制了永外城文化用品市场京津冀项目对接手册，为商家提供15个对接项目，并到石家庄、张家口等项目所在地进行实地考察和对接。

此前，河北省商务厅会同北京市商务委也研究制定了《河北省承接地批发市场建设方案》，涉及河北8个市的20多个批发市场项目。承德市双滦国际物流园、保定市白沟新城、廊坊市永清临港经济保税商贸园区、沧州市明珠商贸城等都有北京商户入驻。位于天津的动批服装新城也于去年4月底开业，其中60%以上商户来自北京。

■腾挪空间业态新

批发市场搬迁之后，腾退出来的地块如何利用？目前来看，主要以金融、科技或生活服务类业态为主。

“动批”中最先完成疏解改造的天皓成服装批发市场，如今已成为宝蓝金融创新中心。曾经逼仄难行的零散摊位，被崭新的开放式办公区取代。根据此前规划，宝蓝创新中心首层为银行、证券公司网点等，二至三层为金融类、高新技术、文化创意类企业办公场所，地下则是联合办公、众创孵化空间、文体配套等业态。

对于大红门地区，和义街道相关负责人介绍，目前市场产权方正在研究制定后续利用规划，将引入符合首都功能定位的产业，倾向于生活性服务业，提升地区生活品质。例如，市场周边的一个出租大院将建设成大型养老服务中心。

按照规划，改造后的永外城将变身国际化的文化创意产业园和中国文化用品研发展示中心，并引入文化设计创新、艺术及交流等业态，成为文化用品设计和艺术创意聚集地。“永外城的提升大概会在3年内完成，也就是说，3年后永外城将以全新的面貌亮相。”永外城总经理助理周文安说。



瓷艺进校园

清水河瓷艺距今已有800多年历史，2011年被列入内蒙古自治区非物质文化遗产名录。近年来，清水河县全面推进“清水河瓷艺进校园”活动，在12所中小学开设清水河瓷艺课程，让这一古老技艺在校园中得到广泛传承。

图为在呼和浩特市清水河县城关镇第一小学，学生们正在学习清水河瓷艺。
王正摄（新华社发）



强化监管，不让假专家演戏

黄羊滩

一会儿是“苗医传承人”，一会儿是“北大专家”，一会儿是“中华中医药学会镇咳副会长”……几年时间里，一个名叫刘洪滨（有时写作“斌”）的人游走于多家省市级电视台，以不同身份在健康医药类节目中切换自如。近日，这个所谓的“老专家”在网上火了，经媒体报道、揭底，引发广泛关注。

很多网友惊讶于刘洪滨的“演技”。你看她，时而苗族服饰，时而蒙古长袍，一副知性面相，几多菩萨心肠，有时若有所思，总是侃侃而谈。没有她治不了的病，更没有她入不了的戏，这样的老戏骨堪称“老戏骨”，难怪有网友戏称她是“虚假医药广告表演艺术家”。

据报道，刘洪滨参与推广的药品、保健品、食品屡上黑榜，有的产品中甚至曾抽检出苏丹红，被所在省食药监局专案督办。此外，这些节目还存

清宣传，保健食品宣传医疗效果等问题，被多地食药监局多次查处，电视台也曾被处罚。人们不禁要问，这样一个冒牌专家为什么在大江南北畅行无阻？

根据新《广告法》规定，电视台“以新闻报道形式变相发布广告，或者以介绍健康、养生知识等形式变相发布医疗、药品、医疗器械、保健食品广告”，不仅工商行政部门要依法给予处罚，新闻出版广电部门以及其他有关部门也应当依法对责任人给予处分，情节严重的“可以暂停媒体的广告发布业务”。然而在现实中，大多数情况下，相关监管部门“睁只眼，闭只眼”。既然已经有节目被处罚过，涉及的药品、保健品、食品也屡上黑榜，为什么没有做到令行禁止，还出现了刘洪滨转战各地的流动性、游击性？

据媒体报道，2015年4月，国家工商总局广告数据中心就实现了每3天对全国广告进行一次24小时的全面监测。根据监测到的违法广告，国家工商总局再向地方工商部门派发线索。此外，国家食药监总局在线违法广告监测管理系统也已启用，

为何不少省级卫视的违法虚假广告还能大行其道？

除了外部监管，电视台也有多级审核的内设机制，遗憾的是，层层围堵几乎全部失守，刘洪滨也就在全国各地盛装出镜了。对此，显然有值得反思和检讨的地方。

近年来，随着中国进入老龄社会，老年人受到虚假广告诱惑而上当受骗的事情并不鲜见。特别是像刘老太这样老年人忽悠老年人，更容易让人上当。被骗点钱还是小事，老人若是因此耽误了治疗或者误食误服，问题就大了。

对刘洪滨这类手法拙劣却屡屡得手的“表演剧”，不能听之任之。监管部门要切实负起责任来，不仅要主动监测违法虚假广告，更要拓宽接受举报的渠道，加大惩罚力度，让虚假广告无处遁形。发布单位也应多一些责任意识，不要在利益驱使下，为虚假广告敞开门户。根据《广告法》，无论是广告主、广告经营者还是发布者、代言人，只要和虚假广告沾上边，都要承担连带责任。（据《光明日报》）



外国友人点赞中国茶

本报记者 赵鹏飞

日前，以“亲历中国茶艺与花艺”为主题的“北京沙龙·亲历北京”活动在京举办。外国驻华使馆工作人员、外国商会代表以及企业家代表等百余名外国友人走进西城区马连道，体验中国茶艺，感受中国茶文化。

中国是茶的故乡，以茶会友是中华民族的传统，很多外国友人对中国茶文化很感兴趣。本次活动正值马连道茶文化节期间，活动现场茶文化氛围浓厚。

活动开场，伴随着悠扬的中国古典乐，茶艺师摆开茶席，向外国友人展示中国茶艺表演。取杯、投茶、入水，茶艺师的各个动作行云流水般连贯自然，在场的外国友人目不转睛地欣赏着茶艺师们的表演，并不时拿出手机拍照。随着活动进行，茶水从一个公道杯中缓缓流出，现场茶香四溢。

在古琴的伴奏中，国家高级评茶师、北京二商京华茶业有限公司技术质量部部长楼国柱为外国友人现场讲解了老北京人最爱喝的茶叶——茉莉花茶。从花茶的分类到花茶的制作过程、冲泡方法，楼国柱一边亲自演示，一边娓娓道来。活动现场，每一处场地都有一位茶艺师做示范，做到了台上、台下喝茶同时进行。

动手体验是此次活动的最大特点。在老北京花茶打包与冲泡环节，外国友人纷纷在现场工作人员的指导下，动手体验茉莉花茶打包与冲泡。体验环节结束后，许多外国友人仍旧余兴未散，继续向茶艺师请教各种茶叶知识。

此外，来自北京市花木公司的插花师还带来了花艺表演。插花的过程颇为雅致，只见创作者以花为主要素材，在花器内进行艺术设计和加工。一件好的插花作品也往往具



图为外国友人在工作人员指导下动手体验花茶打包。

马柯摄

山西临汾：最早宫城现身陶寺遗址

据新华社太原6月25日电（记者王学涛）记者从中国社会科学院考古研究所与山西省考古研究所联合考古队获悉，2017年陶寺遗址考古又有新发现，考古工作者发现宫城的两处门址，确认了陶寺遗址宫城的存在，这是迄今考古发现的我国最早的宫城。

距今约4300年至3900年的陶寺遗址位于山西省临汾市襄汾县城东北约7公里的陶寺镇。经过近40年的考古发掘，考古工作者发现了巨型城址，内部有宫城区、

仓储区、手工业作坊区、高等级贵族的墓葬区和祭祀区等。其中宫城区是最核心的功能区。2013年3月，考古人员开始对陶寺遗址疑似宫城城墙进行发掘。

中国社会科学院考古研究所副研究员、联合考古队领队高江涛说，此次发掘表明，陶寺宫城基本完整，自成体系，规模宏大，形制规整，结构严谨，并具有突出的防御性质，是目前考古发现的中国最早的宫城。陶寺很可能是作为中国古代重要都城制度内涵的城郭之制的源头或最初形态。

福建建瓯：“小雷竹”挑起“脱贫担”

本报电（杨孜隽、徐俐敏）“1亩雷竹10亩粮，3亩4亩娶新娘，5亩8亩盖楼房，10亩确保奔小康。”这是福建省贫困村——建瓯市川石乡慈口村流传的顺口溜。作为“中国竹子之乡”，建瓯市在推进脱贫攻坚工作中创新思路，立足雷竹生产兼具生态、经济双重优势，大力推进雷竹产业发展，帮助农民脱贫致富。

“雷竹出笋早、笋期长、产量高、营养高、笋味美，新造林两三年就有收入，第5年达到高产，平均亩产2000多公斤，产值3万多元，科学管理后最高亩产值达6

万多元。”建瓯市林业局高级工程师林振清说。

为做大雷竹产业，建瓯市对于“当年种植面积达5亩以上、初植数量达60株、成活率达85%”的农户，给予每亩补贴300元；林业部门下派科技人员到雷竹主产乡镇任科技特派员，经常组织专家下乡进行技术指导。目前，建瓯市已有500多户农户种植雷竹，面积达1万多亩，年产量达1亿多元。小小雷竹成了当地保护生态环境的“绿色长廊”和农民致富的“绿色银行”。

和北京月讯杂志社打造的大型系列文化活动，以体验为精髓，以中国及北京文化为脉络，邀请国际友人了解中国文化、感受北京之美。活动自2013年始，每月1期，已举办“体验中国结”“体验京剧文化”“体验中国武术文化”等多场活动，受到外国驻华使馆官员、外国商会工作人员和在京留学生的欢迎与肯定。随着活动的不断开展，报名体验中国及北京文化的外国友人更加积极踊跃，其中不少人已经成为了这一系列活动的忠实粉丝。