

深圳路面突发地陷 已有5人遇难



深圳市龙岗区人民政府新闻办21日凌晨发布消息称,20日21时许,深圳龙岗区横岗一路段发生塌陷。记者在现场了解到,截至21日下午,事故已致5人遇难,搜救仍在继续。

记者在现场看到,塌陷处出现了一个直径约10米、深约5米的大坑。

事故发生后,该区救援部门赶赴现场开展抢险,从塌陷坑中救出1名男子并送往医院医治,目前已无生命危险。

据目击者袁先生讲述,20日晚他在下班回家的路上,突然听见一声巨响,眼前出现一个大坑,有多人掉入坑中。

多台消防车、救护车、挖掘机参与搜

救。21日11时40分许,事故现场突降大雨,由于塌陷处正下方是一条暗渠,雨水不断注入大坑,救援被迫暂停,12时30分左右,雨势减弱,消防队员又继续展开搜救。

目前,事故原因仍在调查中。

综合

湖南警方证实:湘江湘阴段浮尸确系长沙“坠井女孩”杨丽君遗体

记者21日下午从湖南岳阳市公安局获悉,经DNA比对确认,19日在湘江湘阴段发现的女尸正是长沙“坠井女孩”杨丽君的遗体。

19日,湘阴县警方在湘江长沙段下游近90公里处的湘阴县段发现一具女尸,尸体已经严重腐烂,无法辨别相貌。20日上午,湘阴县警方将尸体DNA样本送至岳阳市公安局刑侦支队进行技术鉴定。

岳阳市公安局刑侦支队有关负责人21日下午告诉记者,经与长沙市公安局提供的杨丽君母亲DNA检验比对,并经湖南省公安厅刑侦总队进行司法鉴定后确认该女子与杨丽君母亲有生物学上的母女关系,确系失踪约两个月的长沙“坠井女孩”杨丽君。

3月22日晚9时多,长沙突降暴雨。在市区天心区涂家冲华升大厦旁的赤黄路,邵阳籍21岁的女孩杨丽君不慎坠入下水道,随即被急流卷走,下落不明。

据新华社电

闯单行道撞交警,无证90后女司机被全城搜捕

无证90后女司机驾驶一辆黑色凯美瑞轿车闯单行道,被交警要求靠边。不料该车佯装靠边实为逃跑,连续冲撞两个信号灯后,将前方一民警连人带车撞倒在地。成都交警四分局民警随后在全城展开搜捕,9个小时后将无证女司机抓获。

“我没有撞交警,只是交警喊停车,我没有停。”说起事发时的一幕,女司机蔡云蓝(化名)辩解道。她说,自己10多岁就会开车,但是不知道要考驾照。

目前,派出所正在对此事进行进一步调查。

据《华西都市报》

加多宝红罐凉茶最新电视广告片亮相 凉茶传人:秘方独传加多宝 有法律人士称:广药生产红罐凉茶涉嫌误导消费者

近日,加多宝红罐凉茶的最新电视广告片,在央视及国内18个卫视同步亮相。凉茶创始人王泽邦第五代玄孙王健仪再次声明:我是王泽邦第五代玄孙王健仪,我将祖传凉茶秘方独家授权给加多宝!喝正宗凉茶,请认准正宗配方!

相关法律人士表示,广药集团利用原来的“王老吉”名牌效应并模仿出一个红罐来兜售自己的产品,严重违背商业经营中的诚实信用原则和有关法律,意在欺骗消费者。

15日,加多宝与广药集团关于红罐凉茶包装归属一案在广东省高级人民法院开庭审理,历时8个小时。尽管庭审当天并未公布最终审判结果,但这改变不了红罐属于加多宝的事实——谁设计、谁做大、归谁所有。更有业内专家直言:“不仅是红罐,连王老吉品牌的商誉都应当归属加多宝。”据《武汉晨报》

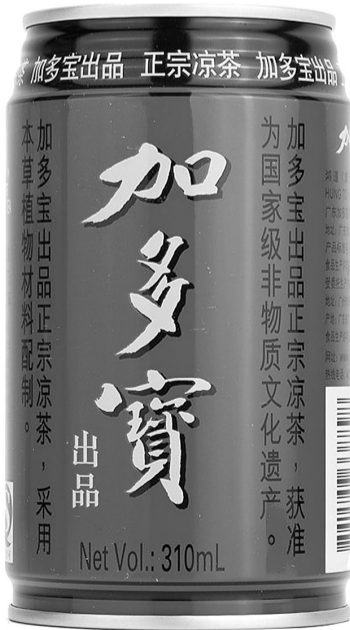
加多宝首创并做大红罐凉茶 “红罐属于加多宝”是不争的事实

1995年3月28日,广药和加多宝两方签订第一份商标许可合同后,加多宝集团董事长陈鸿道先生亲自设计了以红、黄两色为主色调的金属易拉罐“王老吉”凉茶包装,还向国家专利局提交了外观设计专利申请,并于1997年获得国家专利。

随后的17年里,加多宝先后投入数百亿,最终将加多宝红罐凉茶打造成了家喻户晓的凉茶第一品牌,并在2007~2012年连续6年荣膺“中国饮料第一罐”。而加多宝凉茶特

有的红罐包装,几乎成了消费者选购凉茶的主要识别符号。北京大学法学教授、博士生导师、国际知识产权研究中心主任郑胜利表示,“根据‘种瓜得瓜,种豆得豆’的道理,谁付出了劳动,谁就应该取得相关的权益”,红罐属于加多宝是不争的事实。

而就在广东省高院庭审的现场,广药的代理律师针对加多宝的代理律师提出的“谁创造,谁归谁所有”提出异议时,遭到法官当场驳回。



王健仪多次声明 未将配方授予广药集团

也正是因为加多宝开创的红罐包装在凉茶领域的影响力,广药收回王老吉商标后,推出了与加多宝红罐相似的王老吉红罐凉茶。但是,广药生产的王老吉配方、生产工艺和之前加多宝生产的王老吉完全不一样。

凉茶创始人王泽邦第五代玄孙王健仪

消费者状告广药 误买误喝要“口味维权”

近日有两起被热议的“口味维权”案与红罐之争密切相关。广药集团因生产“红罐包装”的凉茶,致使消费者错买了广药版的王老吉,但饮用后发现口味变了,分别被济南和沈阳的消费者起诉。据悉,济南“口味维权”案将于5月23日在济南历下区人民法院开庭审理。

法律人士表示 广药生产红罐凉茶涉嫌误导消费者

相关法律人士表示:“广药集团利用原来的‘王老吉’名牌效应并模仿出一个红罐来兜售自己的产品,严重违背商业经营中的诚实信用原则和有关法律,意在欺骗消费者。法院应本着对消费者负责任的态度审

曾多次携家族发布联合声明,表示“王氏家族从未将配方授予广药集团”,并明确公布了配方去向:“我已将祖传秘方独家传授给加多宝集团。加多宝生产的凉茶是我独家授权配方的,过去是,现在是,将来也是。”故广药宣称“185年正宗秘方从未更名”纯属虚假宣传。

对于消费者来说,并不知道过去17年的红罐“王老吉”是加多宝集团生产的,而目前市面上的红罐“王老吉”是广药生产的。广药生产的红罐王老吉,不仅未对此事实作出明显提示,反而用“185年独家秘方正宗凉茶王老吉从未更名”等广告语误导消费者,造成一种欺瞒性的“强卖”后果。

理此案,红罐凉茶属于加多宝,事实清楚,在情在理。”

这位人士称,法律还会加多宝“红罐”一个公道。同时广药集团作为上市企业,应该还消费者此“王老吉”非彼“王老吉”的真相。