

### 劳尔称不改革就沉没

# 古巴明年告别香皂牙膏配给

本报讯 据美国媒体12月30日报道,古巴政府29日宣布,从明年开始,政府将取消香皂、牙膏和洗涤剂个人清洁用品的配给,鼓励国民去市场购买这些生活必需品。

古巴政府12月29日发布的最新一期《官方公报》宣布,从2011年1月1日起,这些日用品将从凭本配给的物资清单中消失。现在,古巴居民凭本购买一块香皂只需花

25分(约合人民币1.65元),但数量十分有限;如果居民去市场购买,价格就要高出一大截,每块在4至6比索(约合人民币26元至40元)。

今年,古巴政府已相继取消了香烟、食盐、土豆、豌豆等物资的国家配给,但大豆、肉类、大米、鸡蛋、面包等食品仍在配给范围内。

古巴的配给制度由来已久。上世纪60年代,面对美国对古巴实施的禁运,物资

供应匮乏的古巴开始实施配给制度。从1962年开始,每个古巴家庭凭本供应的食品和日用品包括:每月一桶食用油,一袋洗涤剂,每人每天80克面包,每人每月2.7公斤大米、8个鸡蛋、900克大豆、900克鸡肉、1.4公斤白糖、65克咖啡、70克可可粉以及香皂、火柴和7岁以下儿童的奶粉等。可以说,供应本是古巴人生活中最重要的东西之一。

本月18日,古巴领导人劳尔·卡斯特罗在古巴全国人民政权代表大会上指出:“要么进行调整,要么沉没。”他表示,坚定不移地削减不必要的开支是政府明年的工作重点之一,为把古巴建设成为可持续发展的社会主义国家,就要尽快进行战略性经济改革。他呼吁古巴共产党广大党员“改变思维模式”,接受新形式的私人企业,不要对经济的新形

式产生偏见。劳尔进一步说,古巴政府将加大扶持个体经济的力度,向个体商户提供贷款;国有企业在经济中仍然充当主角,但经营方式要发生转变。

古巴共产党机关报《格拉玛报》12月24日提出,2011年对于古巴而言“绝不是安逸舒适的一年”,古巴将成为一个“没有平均主义的社会主义国家”。

(据《中国日报》)

### 梅普将商定总统候选人

据新华社电 俄罗斯总理普京29日表示,他将与总统梅德韦杰夫通过协商,共同决定参加2012年总统选举的候选人。

普京在今年最后一次政府工作会议结束后对记者说,他不排除挂帅统一俄罗斯党,参加2011年杜马选举的可能性。但他表示,现在谈论何时宣布总统候选人还为时尚早,因为只要一开谈这个问题,“所有人都会立即停止工作”。

### 韩国防白皮书称朝鲜为“敌人”

据新华社电 韩国国防部30日发表《2010年国防白皮书》,称朝鲜政权和军队为“敌人”。朝鲜媒体认为这是“不可容忍的挑战和严重挑衅”。

韩国国防部发表的新闻公报称:“朝鲜发展弹道导弹,特殊战争部队等战斗力,韩国为此重新评估朝鲜的威胁并调整军事力量的建设方向。朝鲜发动了针对‘天安’号警戒舰和延坪岛的攻击,只要这种武装挑衅和威胁持续存在,韩方就称朝鲜政权和军队为敌人。”

### 气温乍暖水管裂 北爱尔兰大停水

本报讯 综合国外媒体12月30日报道,欧洲此时正在遭受严寒,而英国北爱尔兰地区则因气温迅速回暖导致大量自来水管破裂,致使约80个村镇、数万人的生活受到严重影响,部分家庭已经断水11天,而自来水公司表示停水的情况还将持续数日。

自来水公司解释说,供水管道由于设备老旧,再加上此前气温在短时间内下降到零下10摄氏度,之后又迅速回升,大量水管因热胀冷缩而爆裂,因此自来水公司不得不中断供水。

截至目前,已经有将近80个村镇受灾,3.6万人的生活受到严重影响。苏格兰方面

已紧急向北爱尔兰派出援助卡车,运送大约16万升瓶装饮用水。

卫生专家皮特·马古尼指出,居民饮用水和基本生活用水持续短缺将威胁公众的健康,“没有足够的水供人们饮用、洗澡和上厕所,这是个严重的突发公共卫生事件”。此外,他还警告说,由于泄漏的水量巨大,可能引发洪水和疫情。

自12月份以来,英国各地的平均气温接近零下1摄氏度,比常年同期低6摄氏度。气象部门称,今年可能是该国327年来最为寒冷的冬天,并且预计明年头两个月还将迎来低温和更多的降雪。

(《中国日报》供稿)



北爱尔兰民众正在往各式各样的容器里装水。

## 年度销量突破20万辆 上海大众斯柯达完美收官2010年



截至12月26日,在上海大众斯柯达年度销量突破100万辆的过去时间里,上海大众斯柯达2010年度销量突破20万辆,斯柯达这个品牌在中国乘用车市场取得跨越式发展,成为国内乘用车市场增长最快的品牌之一,并再次创造了中国乘用车市场又一个奇迹,更有力地助推了上海大众汽车实现跨越式发展。

### 完美布局销量喜人

2007年8月,斯柯达品牌诞生了首款轿车车型Octavia(明锐),在上市之初,月销量就突破了2,112辆的销量。2009年,以二款两厢车之一——Fabia(昕锐)为推出为品牌的突破而贡献力量,而紧随其后的是斯柯达的第三款主力车型Sharan(昊锐),销量达到了59,281辆,同比增长105%。在上海大众整体销量同比增长12%、2009年斯柯达销量突破进一步推高销量至

Superb(晶锐),完整构筑了覆盖A0、A、B级车的产品矩阵,而依托三款战略车型的协同发力,斯柯达品牌今年实现销量123,456辆,同比增长106%,对上海大众整体经营的贡献占比达到18%。今年,斯柯达品牌还推出两款全新车型,销量超过40万辆,同比增长25%。在上海大众品牌销量中占比超过10%。斯柯达品牌今年销量突破20万辆,并在中国乘用车市场与一批国际品牌齐头并进,成为国内乘用车市场的主力品牌之一。

### 品质升级高速前行

从2007年到2009年,上海大众斯柯达品牌用三年的时间完成了A0、A、B级车的全线覆盖。2010年,斯柯达品牌又进一步,产品线进行了优化调整,将两款全新车型引入国内乘用车市场。斯柯达品牌今年推出的两款全新车型,销量超过40万辆,同比增长25%。在上海大众品牌销量中占比超过10%。斯柯达品牌今年销量突破20万辆,并在中国乘用车市场与一批国际品牌齐头并进,成为国内乘用车市场的主力品牌之一。

在高端A级车市场技术领先地位,再次印证了品牌的产品研发能力和品牌竞争力。斯柯达品牌今年推出的两款全新车型,销量超过40万辆,同比增长25%。在上海大众品牌销量中占比超过10%。斯柯达品牌今年销量突破20万辆,并在中国乘用车市场与一批国际品牌齐头并进,成为国内乘用车市场的主力品牌之一。

不同以往完善的品质不仅成为品牌竞争力的重要支撑,更让这个百年品牌在中国乘用车市场中竞争力不断提升。全新产品矩阵与C-NCAP五星安全评价相结合,从整体来看,斯柯达品牌今年销量突破20万辆,并在中国乘用车市场与一批国际品牌齐头并进,成为国内乘用车市场的主力品牌之一。

部是部分车型的销量提升”的市场口碑,正是基于扎实的营销实力和出色的产品品质,斯柯达品牌在中国乘用车市场取得跨越式发展,成为国内乘用车市场增长最快的品牌之一,并再次创造了中国乘用车市场又一个奇迹,更有力地助推了上海大众汽车实现跨越式发展。

### 服务助力美誉提升

伴随着品牌销量的快速增长,斯柯达品牌在售后服务网络建设方面也取得了突破。在上海,从2009年启动建设计划至今,上海大众斯柯达品牌已经在全国范围内建立了超过300家售后服务网点,通过不断的建设,消费者可以便捷地享受到斯柯达品牌提供的“斯柯达客户关怀”和“斯柯达客户关怀”服务,为消费者提供更加贴心、专业的服务,让消费者在购车、用车、养车的各个环节都能感受到斯柯达品牌的关怀。

在品牌美誉度方面,斯柯达品牌也取得了突破。通过这一系列的品牌建设和营销活动,斯柯达品牌的美誉度不断提升,品牌影响力不断扩大,成为国内乘用车市场的一颗新星。

在品牌美誉度方面,斯柯达品牌也取得了突破。通过这一系列的品牌建设和营销活动,斯柯达品牌的美誉度不断提升,品牌影响力不断扩大,成为国内乘用车市场的一颗新星。



为上海大众斯柯达2008年的17万辆销量,正是基于扎实的营销实力和出色的产品品质,斯柯达品牌在中国乘用车市场取得跨越式发展,成为国内乘用车市场增长最快的品牌之一,并再次创造了中国乘用车市场又一个奇迹,更有力地助推了上海大众汽车实现跨越式发展。

在品牌美誉度方面,斯柯达品牌也取得了突破。通过这一系列的品牌建设和营销活动,斯柯达品牌的美誉度不断提升,品牌影响力不断扩大,成为国内乘用车市场的一颗新星。

在品牌美誉度方面,斯柯达品牌也取得了突破。通过这一系列的品牌建设和营销活动,斯柯达品牌的美誉度不断提升,品牌影响力不断扩大,成为国内乘用车市场的一颗新星。

在品牌美誉度方面,斯柯达品牌也取得了突破。通过这一系列的品牌建设和营销活动,斯柯达品牌的美誉度不断提升,品牌影响力不断扩大,成为国内乘用车市场的一颗新星。

在品牌美誉度方面,斯柯达品牌也取得了突破。通过这一系列的品牌建设和营销活动,斯柯达品牌的美誉度不断提升,品牌影响力不断扩大,成为国内乘用车市场的一颗新星。