

18个棚改项目惠及市中区

涉及居民8684户、94.22万平方米

本报枣庄5月25日讯(见习记者 白雪岩)今年,市中区按照市政府下达的18个棚改项目,把实施棚户区改造作为促进城市转型、拉动经济发展、改善和保障民生的一项重要举措。截至目前,已基本完成征收的有牛村、陈庄、杨河3个项目,

完成房屋征收1454户、25.2万平方米。

枣庄市市中区棚改办主任殷昭焕介绍说,今年市政府下达市中区18个棚改项目,涉及居民8684户、94.22万平方米。已完成入户核查摸底有辛庄、原枣庄宾馆宿舍2个

项目,辛庄片区于4月14日公示了征收补偿方案。目前,振兴小区、后陈湖、东龙头、南龙头西区、北龙头、三角花园片区等6个项目正在进行核查。大庙社区已推选了评估公司,其余项目正进行宣传发动、政策解释等前期工作,

准备陆续核查摸底。

关于回迁安置房的建设进展情况,市中区棚改办工作人员介绍说,“去年实施征收的邵庄棚户区7幢回迁楼和香港街棚户区的8幢回迁楼均已完成主体工程施工。今年的牛村棚改项目已经进入基础开挖工

程。”

殷昭焕介绍说,“市中区将继续加大财政投入、银行融资力度,同时吸引有实力的大企业进行前期资金注入,壮大区政府汇聚资金实施更多片区征收的能力。在政府出资实施道南里、陈庄和西沙河片

区征收的基础上,将官地、前陈湖、后陈湖、大官庄、太平街等片区纳入政府直接出资征收范围,待形成净地后带着规划实施土地招拍挂。同时,加强对安置区等棚户区改造项目的建设监管,创建优质、高品质的放心工程。”

道南里棚户区开工建设

一期工程要建15幢楼

本报枣庄5月25日讯(见习记者 白雪岩)道南里棚户区改造项目是市中区政府主导征收的棚户区改造项目,也是枣临铁路重点配套建设工程。目前,该项目正在加紧进行一期工程15幢楼的施工,计划2012年全部竣工投入使用。

道南里棚户区位于青檀路以西、西沙河以东,火

车站以南,君山西路以北,占地423亩。该区域在改造前人口密度大,弱势群体人口较多,是危陋平房密集区,多数人居住在不足15平方米的简易房内,配套设施极不完善,棚户区改造涉及动迁群众1000余户、20余万平方米,企事业单位16家。

据市中区棚改办工作人员介绍,道南里棚户区

项目的规划定位为城市门户形象展示区,计划总投资14亿元,拟建设铁路客运站、站前广场、高档住宅小区和站前广场商务区,将成为城市的交通枢纽中心、居民活动聚集的重要场所。该项目自实施征收改造以来,市中区坚持“和谐征收,让利于民”的原则,集中人力物力财力,加快推进步伐。



道南里棚户区原貌。见习记者 白雪岩 摄

中国金币“中国共产党成立九十周年纪念章”带火市场 红色收藏市场显现“红色”吸引力

不久前,中国金币品牌旗下唯一以纪念中国共产党成立为题材的贵金属产品——“中国共产党成立九十周年纪念章”,首次以来得到了市场的高度认可,受到收藏者和投资者的极大关注,已

经出现抢购的态势,该题材产品在全国的热销正随着“七一”的临近而升温。

据了解,“中国共产党成立九十周年纪念章”由中国金币总公司发行、北京开者元中国金币经销中心总经

销、深圳国宝造币有限公司、上海造币有限公司铸造。纪念章分12个品种面向全国首发,这是目前中国金币品牌旗下唯一以纪念中国共产党成立为题材的产品。本次金银纪念章图案经过了



中共中央文献研究室科研管理部权威审核,共计12个品种,其中金章4种,银章6种,铜章2种。(何斌)

“美国甜心”教父牵手盼盼食品 白宫秘籍“烘”动中国

五月的北京,一场高规格的发布会在钓鱼台国宾馆盛大举行。国内休闲食品领域的领军企业——盼盼食品集团与美国甜点教父、前白宫首席糕点大师罗兰·梅尼耶的盛大签约仪式——“烘”动中国”主题新闻发布会如约而至。

经典握手,不仅可以看作是本土品牌看齐世界先进水平的有益尝试,更是整个中国食品领域开拓国际化视野的先见之举,必将在食品业界掀起一场“革命性的颠覆”。

共“盼”甜心“烘”动中国

据了解,罗兰·梅尼耶先生出生于甜点制作的圣地——法国,而后成为白宫甜点掌门人,其53年的职业生涯当中曾为五位白宫总统提供了近25年的贴身服务。

在现场,梅尼耶带来了一份神秘“礼物”——他亲手参与指导制作的来自美国白宫

品质的点心,赠送给他的中国朋友,作为首次来到中国的见面礼,而这份精心准备的心意,也正是盼盼食品与梅尼耶合作的首次“结晶”。

盼盼干蛋糕(梅尼耶蛋糕)横空出世

据透露,梅尼耶展示的“甜心”也是盼盼食品与梅尼耶鼎力合作,推出全新的第一款烘焙类产品——盼盼干蛋糕(梅尼耶蛋糕)的代名词。

盼盼食品集团董事长、总裁蔡金表示,“‘甜心’饱含着梅尼耶先生倾注的相当浓厚的情感价值,不仅仅能使中

国的消费者体验到高品质的‘西方宫廷顶级甜点味道’,更能成为嫁接起每个人自身小情感的甜蜜纽带。”同时,盼盼干蛋糕(梅尼耶蛋糕)的诞生,不仅意味着梅尼耶先生与盼盼食品集团的全面合作已经展开,更代表了盼盼产品线的全面升级已经进入一个全新的阶段。盼盼希望将中西合璧的美味烘焙食品奉献给中国最广大的消费者。盼盼干蛋糕(梅尼耶蛋糕)的独特定位,以及白宫甜点师的背书,势必将在中国大陆掀起一轮空前的“甜心风暴”。(文心)

“我为冠军来——福美来CTCC冠军挑战赛”选拔赛全国启动



近日,“我为冠军来——海马汽车福美来三代CTCC冠军挑战赛”区域选拔赛在全国范围内火爆启动。这是

海马汽车继今年CTCC官方比赛首战告捷之后,针对全国福美来三代新老用户开展的一次集挑战性、趣味性于一体的赛事盛宴。

据悉,海马福美来三代CTCC冠军挑战赛,历时1个半月,分为“区域选拔赛”、“区域决赛”、“全国总决赛”三个赛段。其中,区域选拔赛作为整体赛事的第一个阶段,目前已经

在全国终端4S店进行招募,凡福美来三代现有用户以及意向客户,均有机会参与由终端4S店组织的“海选”活动,通过趣味比赛以及试乘试驾活动等,让消费者在愉快的竞技游戏中感受福美来三代的出色性能。

海马汽车相关负责人介绍,借助CTCC赛事在全国掀起的赛车热潮,以及海马福美来车队首战告捷的势

头,海马汽车希望通过全国范围的终端赛事活动,拉近福美来三代与广大用户的距离,作为海马汽车赛事营销的重要组成部分,“我为冠军来——海马汽车福美来三代CTCC冠军挑战赛”的启动,进一步丰富完善了海马汽车的营销体系,成为海马汽车检验产品品质、加强互动体验、提升品牌的重要平台。

众泰“购”给“利”,单车最高直让6000元

众泰汽车传来最新消息,即日起众泰008系列车型最高让利额度将达到6000元!这次大幅度降价是众泰汽车在上市六周年之际,回馈广大消费者的感恩之举!

众泰008系列车型上市六周年来,已经成为中国小型SUV的领军品牌。秉承着“引进开发,集成创新”的理念,众泰汽车引进世界知名品牌汽车的技术平台与生产线,经过本土化研发后,在市场上取得了巨大成功,连续六年蝉联中

国小型SUV产销量冠军,在消费者中形成了良好的口碑。

众泰汽车再次大幅度让利优惠,这对于售价在4.38万至6.58万之间的汽车而言,可谓是相当诱人的降价幅度。素有“实惠全能王”之称的众泰



008系列车型,无疑将会以超高的性价比获得进一步的市场认可。

2011款炫丽CROSS超越上市

5月3日,2011款炫丽CROSS正式上市发售,先行推出两个排量2款车型:1.3MT为6.09万元,1.5MT为6.29万元。新款车型进行了涉及安全配置、内饰外观等5项全新升级并提出“更安全、更动感、更超值”的口号直击A0级两厢车市场,并且上市即可享受国家3000元节能补贴。

白、时尚橙、魔力黑、星光银,配合极富运动气息的红黑套色内饰。

作为长城汽车发力轿车市场的先头兵,2011款炫丽CROSS凭借在品质、安全、性能、服务树立的四大优势将巩固在两厢车市场的领导地位。



2011款炫丽CROSS推出2款手动挡车型,全面涵盖不同层次的消费者需求。五种炫酷的车身颜色:枫丹红、钛

“解码冠军联盟”专家研讨会在穗举行



5月6日,“解码冠军联盟”专家研讨会暨冠军联盟成立两周年座谈会在广州举行,行业营销专家、企业领袖、媒体精英共聚一堂,对泛家居异业联盟商业模式进行深度解码剖析,以推动冠军联盟在未来的健康成熟发展。

上还有很大发展空间。他提出,联盟应建立更加统一的品牌营销平台,增加营销的互动,如统一服务平台、网购模式的应用等。同时希望联盟吸纳更多对消费者有益的品牌,真正体现一体化解决,品牌联盟,共赢天下。

异业联盟典范

2009年4月,泛家居行业六大领导品牌在北京人民大会堂召开新闻发布会,宣告了冠军联盟的成立。秉承合作共赢,勇于承担社会责任宗旨,冠军联盟在成立当年即荣获了《商界评论》“2009中国最佳商业模式”。成立两年来,从全国15个城市的“非常5+1”到全国100家城市的“百城千店,亿万盛惠”的联合“军演”,再到高调参加博鳌房地产论坛,对话地产大鳄。而后顺利度过磨合期的冠军联盟再次启动“千城万店,礼献中国”联合行动,涉及上千城市,上万名经销商,惠及百万消费者,在业界和消费者中引起了巨大的反响。

研讨“冠军联盟模式”

活动当天,全国工商联家具装饰业商会执行会长兼秘书长张传喜,中山大学国际营销学教授、博士生导师卢泰宏等专家出席了会议,几位专家对过去两年来冠军联盟所取得成就感到欣慰,并十分看好冠军联盟未来的发展之路。东鹏陶瓷董事长何新明,雷士照明董事长吴长江,万和新电气执行总裁叶远璋,欧派家居集团营销副总裁姚吉庆,大自然地板营销副总裁杨伟明等参与了当天的研讨活动,从营销模式、企业经营方式的创新等不同层面进行了广泛研讨。

中山大学国际营销学教授、博士生导师卢泰宏认为,冠军联盟是“组织+品牌”的复合型联盟,在资源的整合

全国工商联家具装饰业商会执行会长兼秘书长张传喜以“变形金刚”比喻冠军联盟强强组合,开创了行业新模式,增加了企业产品附加值及对消费者的吸引度与依耐性。并建议联盟可以在联合采购、设计的融合等方面更深入合作,提高联盟竞争力。