

# 扩建社区广场咋还不乐意?

原来是缺乏沟通居民怕毁绿



**本报6月16日讯 (记者 赵波)**区里投钱修广场,居民还能不愿意?近日,四方区南山社区的鞍山一路小广场扩建施工突然被居民制止,广场中心花坛被破坏。16日记者采访得知原来小广场扩建施工有关单位没有下发通知,他们认为这次施工会影响小区绿化,目前广场是否施工陷入了僵持状态。

16日上午,记者来到位于抚顺路21号的南山社区,取名鞍山一路小广场的广场上,标有石刻“南山社区”的奠基石被挖了出来,一辆小型挖掘机正停在广场中央,中间堆了很高的土堆,三棵雪松被连根挖了出来,周围的大理石石凳也被挖开,堆放在路边,周围全部拉上警戒线,但是不时有老人和孩子从警戒线下面钻进广场去玩。记者注意到,即便是拉上警戒线,仍有老人在里面健身和打扑克。

“为什么连通知都不下,就毁

坏小区的绿地?”住在小广场对面3号楼上的居民孙长玉对有关部门的这种做法非常不理解,“要扩建小广场如果是好事,为什么不通知居民,征求大家的意见?”孙长玉表示,6月12日,一伙工程队突然来到小区将里面的一些灌木移走,他们以为是要换树苗,都沒在意,但是13日突然开来挖掘机将广场周围的大理石石凳也拆了,他们去施工方问说是要扩建。

“小广场的重建不仅毁绿,还可能扰民!”小区的居民林云先告诉记者,小区是1999年建成的,3号楼是小区的商品房,当时很多居民都是冲着小广场的绿化才买的房子,现在有关单位突然就破坏绿地,要重建一个大的广场让他们业主受不了,“这个楼总共36户,全部表示反对,因为不仅绿地被毁,将来建成大广场后,广场上肯定很多跳舞的,将来肯定会扰民。”林先生说,他们要求恢复原样。

是不是真的没有征求民意?随后,记者找到南山社区居委会,值班的张副主任告诉记者,负责人不在,记者通过电话联系到社区的党委书记兼主任许继惠,据她介绍,不光业主不知情,对于小广场的扩建她也没接到有关部门的通知,15日去四方区绿化办要了张施工图纸,才得知小广场要建一个活动中心,将树向广场周围移,是区建管局的一项惠民措施,将来小区还要投入3000余万元建设封闭小区。对于没有与居民沟通的事,有关部门已经向居民公开道歉。

下午,记者联系四方区建管局,一位姓袁的工作人员表示,今天是端午节,有关领导不在,他对此事也一无所知,建议记者明天再去咨询。一位知情人士告诉记者,社区居委会向区建管局提出申请,要求在小广场上建活动中心,但是记者还没有得到建管局证实。

上市俩月

## 3D电视悄然降价

**本报6月16日讯(记者 张榕博)**世界杯、NBA总决赛等赛事掀起今夏一轮轮收视热,但具有最新技术的3D电视却“有劲使不出”只能降价促销。16日,记者采访了解到,由于卖点功能单一,而且价格不菲,3D电视问世以来消费者一直看多买少,而这种目前最贵的电视在上市仅2个月后便悄然降价,仅现金降幅就在2000元—3000元。

16日记者走访了国美、苏宁、五星等岛城家电卖场,正值世界杯、NBA总决赛等赛事播出,各家卖场内纷纷打出“购买高清液晶电视回家看世界杯”等宣传促销口号。但记者发现,三星、索尼、海信等各液晶电视品牌4月份以来一直主打的3D电视此时却悄然摆在了不显眼的位置,有些3D电视在播放普通世界杯的高清信号,有些则干脆关闭,消费者根本看不出这些是3D电视。

“现在3D电视技术还不成熟,除了有3D片源的节目能够发挥3D电视的效果外,普通电视节目的播出效果和一般电视一样,所以我们这就不开3D电视了”,苏宁电器一位海信电视销售人员说。

“这台电视卖28999么?”“没那么贵了,只卖25999元,

而且还送32英寸的液晶电视、3D眼镜、蓝光DVD。”在采访,三星、海信等3D电视标价虽然仍是原价,但记者讯后却发现这些电视已经悄然降价,其中原价28999元的三星55英寸3D电视降价3000元现金,23999元的46英寸电视降价2000元,而海信55英寸电视也降价3000元,而且购买3D电视还赠送从液晶电视等各种赠品,实际3D电视降幅更高。

对此,业内人士告诉记者,作为将单一功能作为主打的电视,3D电视目前在价格上和使用上都不是普通消费者能够接收的。而记者从海信、三星、索尼等3D电视销售专柜了解到,目前3D电视月出货量仅为个位数,很多市民都是观看完3D电视展示后,转而购买普通高清液晶电视。苏宁电器市场部负责人董桂锋认为,3D电视目前的价格战已经悄然打响,就像3G技术一样由于3D技术在国内外各厂家的研发并不一致,谁将抢占目前的市场就意味着日后在技术层面占据了主导和话语权,而3D电视面世2个月便降价体现了目前家电竞争的激烈,年内3D电视降价促销幅度可能会越来越大。

## 胶莱镇认真贯彻孕环情检测

胶莱镇切实把2010年第一次孕环情监测工作抓好,抓细,采取各种措施抓好第一次孕环情监测工作。

一、印制《育龄妇女健康查体服务手册》,内容涉及育龄妇女姓名、身份证号码、现有子女数等,监测时须持本人身份证件。

二、妇检员根据统计系统中提供的育龄妇女名单现场核对育龄妇女身份证,确认无误方可向《育龄妇女健康查体服务手册》签字。从源头上杜

绝育龄妇女冒名顶替、村干部作假等现象。

三、对部分在外务工,工作日无法回家参加妇检的育龄妇女,胶莱镇创造条件在周末安排服务站工作人员在胶州设点就近为育龄群众服务。

四、对长期在胶州以外或省内其他地市工作不便回家参加妇检的育龄妇女,胶莱镇抽调人力、财力,协同管区到其工作、居住地点进行妇检,切实确保外出务工人员定期参加妇检。(时亮 仲伟东)

# “世界乳业20强”欧洲揭晓

蒙牛跻身全球乳业16强

**本报讯** 南非世界杯激战正酣之时,全球“乳业世界杯”也公布了过去一年的最新“赛况”。荷兰当地时间6月15日下午5时,被誉为“全球十大最安全银行”之一的荷兰合作银行发布了2010年度的“全球乳业20强”榜单和研究报告。其中,国内销量第一的蒙牛从去年的第19位跃居第16位,而与蒙牛同处内蒙古呼和浩特的伊利乳业则第一次跻身榜单,荣列第17名。中国乳企第一次以“军团”的形式,集体出现在世界乳业的第一阵营之中。

据了解,荷兰合作银行是全球最大的专注于农业及食品相关产业的商业银行之一。而该行推出的年度“全球乳业二十强”,则以全

球各大乳品企业销售数据和财务报表的信息作为排位的主要依据,结合权威专家的研究与分析而得出,是目前全球乳业唯一的权威排行榜单。

### 荷兰合作银行:

蒙牛将迅速跻身世界十强

去年7月,在荷兰合作银行公布09年度“世界乳业20强”排名和报告时,蒙牛就以34亿美元(24亿欧元)的营收位列第19,代表中国乳企首次跻身世界乳业第一阵营。而今年的榜单显示,蒙牛以37.7亿美元(26.9亿欧元)的营收,超越美国的施雷伯食品(Schreiber Foods)和蓝多湖(Land O' Lakes),德国

的诺德(Nordmilch),位列第16,较去年提升3个位次。“鉴于其最近几年强劲的发展势头,蒙牛很可能迅速跃居至前10名。”荷兰合作银行在同步推出的年度乳业研究报告中,对蒙牛的增长势头予以高度关注。

对比今年和去年的两份榜单(2009年和2010年),记者发现,排名第16位的蒙牛营收37.7亿美元,距离排名第10位的联合利华食品公司,营收相差26.1亿美元。榜单显示,蒙牛2009年营收较2008年增长7.7%;而排在蒙牛前面的几家乳企平均增速却为-8.02%。看来,“中国冠军进入世界乳业十强”的预言,可能用不了多久就会被证实。

另外,在今年的这份“二

十强”名单中,中国入围的企业数目仅次于全球公认的现代乳业强国美国(4家入围)和法国(4家上榜),与日本、荷兰持平,而新西兰、挪威、丹麦等传统意义上的乳业强国则各只有1家企业入围。

“以蒙牛的高速成长为龙头,在未来5-10年,中国的乳制品公司会越来越多地进入前20名,成为全球领先的乳制品公司。”来自世界第五大乳品企业的恒天然集团中国区董事总经理预测道。

### 乳业专家:

“中国牛”成为“世界牛”

“蒙牛成为世界级的乳

品企业,这不仅意味着中国乳业已经成为世界乳业的一股重要力量,更意味着中国品牌下一步要从在国内占据优势向进军国际市场发展,全面提升国际竞争力。”中国乳制品工业协会理事长宋昆冈表示,民族品牌要从牧场建设、产品发展和科技创新入手,不断夯实基础,在继续与国际品牌展开中国市场“内战”的同时,稳步走出国门,在全球范围的竞争中提升产品品质和企业实力。

记者在采访中了解到,过去的几年中,大型乳品企业已经开始不断摸索各自的国际化之路。作为中国乳制品出口最早、最多的企,蒙牛除了继续巩固和开拓在香港和东南亚市场的市场销售之外,还通过把“洋人”请进来办牧场、搞研发,让企业走出去,开设海外科研中心和工作站等方式,促进奶源品质的提升和科技创新能力的增强。

目前,蒙牛全国的11座万头牧场均由外国专家参

与管理,全面实施“动物福利”制度。与此同时,在与澳大利亚莫纳什大学、英国剑桥大学、中国农业科学院等十几家国际机构共同建成亚洲最大的乳品研究院的同时,蒙牛巴黎研发工作站已经开始运行,澳洲研发工作站也即将启动,致力于采集和消化世界乳业最尖端的乳品科技,并将其快速消化应用。而伴随着全球各大乳品品牌全面进入中国,国内各大企业也进一步加强了与国际巨头在科技、人才等方面深度合作。

记者从市场上了解到,目前蒙牛产品的市场销售喜人。从华润万家“2009年度最受消费者喜爱商品”殊荣,到“首都消费者最喜爱牛奶品牌”,这些来自消费者与渠道终端的奖项,再次证实蒙牛产品在消费者心中过硬的品质和较高的美誉度,也从另外一个层面验证了作为世界乳业16强的蒙牛为中国消费者带来的绿色高品质的健康生活。

(本报记者)