首个房产团队加入蚂蚁义工团

菏泽中华世纪城员工加入义工组织,表明这个城市的内在美更丰富了

本报菏泽12月27日讯(记者 周千清) 27日,本报菏泽蚂蚁义工团再次迎来团体集体加入。菏泽中华世纪城全体工作人员,成为首个房产开发团队集体加入本报菏泽蚂蚁义工团。作为菏泽爱心企业,中华世纪城找到了奉献爱心的公益平台,菏泽蚂蚁义工团也扩充了义工力量。

27日,位于菏泽火车站西侧的中华世纪城售楼处爱心洋溢,虽然售楼处仍在紧张建设中,但是大家的公益之心丝毫没有受到影响,中华世纪城工作人员23人集体加入蚂蚁义工团仪式隆重举行。

这是菏泽首个房产开发团队集体加入本报蚂蚁义工团。2012年3月8日,齐鲁晚报蚂蚁义工团成立至今,各行各业爱心人士不断纷纷"汇入"蚂蚁义工团这一爱心洪流中。其中富有爱心的企业、社会团体有菏泽阳光大药房医药连锁有限公司、菏泽医专杨静爱心社、菏泽学院通讯社、巨野县中医院、菏泽靓源美容美发化妆摄影学校以及菏泽奇乐作文培训学校、菏泽闻艺传媒学校、菏泽红黄蓝美术学校等。

此次加入仪式上,菏泽市人大代表、中华世纪城总经理刘起带领全体工作人员,集体宣誓入团。据了解,12月1日,通过相关部门牵线,刘起代表中华世纪城,对开发区5名贫困儿童进行资金、物质方面的资助,并将其中特别困难的女童列为长期资助对象;12月19日,他又通过本报捐建"梦想书屋",为何楼办事处三官庙小学捐赠了1000余册图书。

当刘起了解到齐鲁晚报蚂蚁义工团时,蚂蚁义工团"平凡的人在一起做不平凡的事"的口号和"汇聚点爱,润我牡丹城"的理念,深深将他和他的工作团队打动,并决定要加入蚂蚁义工团,与蚂蚁义工团千余平凡的义工们一起践行公益。

"帮助困难的孩子们完成学业、为偏远农村的孩子们捐赠一本书,这份爱心将影响他们的一生。"刘起说,要为更多人送去爱心,担起社会责任,并用这份责任心,打造有责任心的企业。集体加入蚂蚁义工团后,刘起对以后投身公益充满期待,"我们会积极参加义工团的爱心行动,贡献自己的一份力量。"

中华世纪城23位员工加入蚂蚁义工团,成为菏泽公益的一支新军。
本报记者 邓兴宇 摄

开发区丹阳办事处:

整治出生人口性别结构失调

本报菏泽12月27日讯(通讯员 孙北楠) 丹阳办事处要求医疗、计划生育技术服务机构实施终止妊娠手术时,必须查验手术对象的有效身份证件和开发区人口计生部门的批准书,并做好记录;无有效身份证明及相关证件的,必须及时通报办事处人口计生部门。

打击非法鉴定胎儿性别、非法终止妊娠行为,办事处成立了由卫生、药监、工商、计生等部门参加的联合执法大队,由办事处计生办牵头,集中力量,联合执法,对"两非"行为实施有力打击。对辖区内医疗机构配合开发区计生局进行综合检查,严格B超机及终止妊娠药物管理,全面审查登记卫生医疗和计划生育服务机构的B超机使用资格,制定严格的管理制度。今年对违法经营的医疗机构进行检查时,共收缴B超机两台,上交开发区计生局。

诚信放贷咨询

本公司有大量扶持资金外放100万以内无需抵押,免担保,利息低,户籍用途不限,凭身份证即可办理转账手续,当天到款。

18678862602王经理

遗失声明

★皮柯蒿出生证(编号K371176798,东明县武胜桥乡刘河口村87号皮劲轩、王珍珠夫妇于2011年4月28日在东明福惠医院生该孩子)丢失,声明作废。

海尔荣耀 28 年 节能领袖 带爱回家

-- 欧睿国际:海尔大型家电全球品牌销量实现"四连冠"

2012 年 12 月 21 日,世界权威市场调查机构欧睿国际 (Euromonitor) 发布最新的全球家电市场调查结果显示:海尔大型家用电器 2012 年品牌零售量占全球市场的 8.6%,第四次蝉联全球第一。

另据报告显示,按品牌零售量统计,海尔冰箱、洗衣机、酒柜、冷柜四类产品的全球市场占有率继续蝉联第一。其中,海尔冰箱 2012 年品牌零售量占全球市场的 14.8%,第五次蝉联全球第一;按制造商排名,海尔冰箱 2012 年制造商零售量占全球市场的 16.6%,第四次蝉联全球第一。

此外,海尔洗衣机、冷柜、酒柜均蝉联全球第一。按品牌零售量统计,海尔洗衣机 2012 年品牌零售量占全球市场的 11.8%,第四次蝉联全球第一;按制造商排名,海尔洗衣机12.2%的市场份额首次超越惠而浦跃居第一。海尔酒柜制造商及品牌零售量占全球市场的 15.3%,第三次登顶全球第一。海尔冷柜 2012 年品牌零售量占全球市场的 18.6%,第二次跃居全球第一;按制造商排名,海尔冷柜 2012 年制造商零售量占全球市场的 18.8%,再次蝉联全球第一。

至此,海尔同时拥有"全球大型家用电器第一品牌、全球冰箱第一品牌与第一制造商、全球洗衣机第一品牌与第一制造商、全球酒柜第一品牌与第一制造商、全球冷柜第一品牌与第一制造商"共 9 项殊荣。

欧睿国际作为全球权威调查机构已有 40 年的历史,覆盖全球 200 多个国家和地区,并能对全球 85% 的人口进行深入调查,能够真实呈现全球家电行业的市场与品牌现状。

从欧睿国际发布的全球报告看,受金融危机和欧债危机持续蔓延的影响,全球家电需求持续萎缩。从全球排名前十的白电品牌看,平均份额出现下滑。而中国家电品牌海尔却凭借差异化解决方案赢得了全球消费者的认可,全球市场份额持续增加。据欧睿国际统计数据显示,2012 年海尔大型家电同比提升 10%,不仅蝉联全球第一,也是全球前十名品牌中惟一实现两位数增幅的品牌。同时,在排名前五的主流品牌中,海尔的同比增幅是第二名的两倍。

海尔实现逆势增长的原因是踏准了互联网时代的节拍。在互联网时代,海尔为了追上用户点击鼠标的速度,开始探索人单合一双赢的商业模式,通过打造扁平的网状组织,提高了海尔响应用户需求的速度和能力。在管理领域的创新带给海尔最大的变化是开放,海尔从服务型企业向平台型企业转型,海尔希望打造一个平台,让用户需求和能够满足需求的全球专业资源在这个平台上实现对接,创造用户价值。

正是在这样的平台上,海尔通过持续创造并满足着全球用户的需求,实现了品牌销量"四连冠"的美誉。满足用户需求的载体是产品。今年在市场上表现出色的不仅有行业最安静、洗衣最干净的海尔"水晶"洗衣机,还有消除用户除霜烦恼的无霜三门冰箱,以及被国际一流品牌克隆的法式对开门冰箱等领先产品,这些产品都是海尔做平台型企业的结晶。

为了在平台上快速完成用户需求与全球专业资源的对接,海尔在中国、亚洲、欧洲、美洲、澳洲成立了全球五大研发中心,这些研发中心成为整合全球专业资源的平台。所有整合来的专业资源都直面全球用户,并以领先的产品为载体持续创造着用户认可与选择,从而赢得了全球用户最大的认可,实现了"四连冠"。