

菏泽首批百所特色学校出炉

小语种、特色阅读课程、“十步教学法”……这些学校有“绝活”

本报菏泽12月27日讯(记者李凤仪) 菏泽市首批100所特色学校名单出来了。27日,记者从菏泽市教育局基教科获悉,通过对全市2000多所中小学校的层层筛选,经审核,批准命名了牡丹区实验中学等100所学校为首批菏泽市特色学校,不少学校通过特色课程、小语种教学、文体活动等特色赢得了该称号。

鄄城县陈坡乡希望学校成立了22个二胡、小提琴、电子琴、舞蹈等训练队,至今该校向高一级的学校输送了400多名优秀艺术人才,并被评为“全国特色学校”。巨野县十二中学创建了“十步教学法”特色课堂教学,倡导快乐学习,学生能学到更多、更灵活的知识,全面发展。

以来围绕该特色所做的工作,避免把办学特色局限在某些特长项目上,片面追求特色的操作整体化和统一化,造成特色的短期化、局部化、肤浅化等问题。”基教科相关负责人表示,原计划首批创建130所特色学校,但是在筛选的过程中感觉到部分学校不够“特色”,最终优中选优,仅确定了100所学校为特色学校。

“评选出特色学校并公布,希望各级各类学校能够认真学习首批特色学校好的经验和做法,把特色办学作为全面提高学校办学水平,全面提高学生素质的重要内容。”该负责人说道,评选特色学校最终的目的是为全市教育改革与发展做出应有的贡献。

据介绍,菏泽市教育局还将评选命名第二批、第三批特色学校,通过开展多种形式的培训、经验交流等活动对申报学校进行指导和初评,经初评合格后汇总学校创建申报材料,对评估合格的学校授予“菏泽市特色学校”荣誉称号,同时通过多种形式进行宣传推介,发挥引领和辐射带动作用。



金杯、银杯,不如消费者口碑

菏泽87家企业获“省消费者满意单位”称号

27日,菏泽金正生态工程有限公司、山东四君子集团有限公司等87家荣获“山东省第九届消费者满意单位”的企业获颁奖牌。据介绍,山东省消费者满意单位评选每两年一届,近几年菏泽获得“山东省消费者满意单位”称号的企业逐年增多。

“金杯、银杯,不如消费者的口碑,消费者满意单位荣誉称号是消费者给予的最高褒奖。”菏泽市副市长李法洪表示,希望受到表彰的单位再接再厉,为消费者提供优质的商品和服务。

本报记者 董梦婕 摄影报道

“终于喝上自来水了”

成武检察院包村检察官帮村民解决多年吃水问题

本报成武12月27日讯(记者邢孟 通讯员 宋聚义) “终于喝上自来水了!”看着村里刚刚引入的自来水,成武县孙寺镇于楼行政村村民们激动地鼓起了掌。近日,在成武县检察院的帮助协调下,村民们终于喝上了自来水。

成武县孙寺镇于楼行政村下辖五个自然村,由于地势低洼,土地盐碱化较为严重,地下水含氟量偏高,再加上周边生活废水排放流入,群众生活饮用水水质极差,村民们都盼望着能喝上水质好的自来水。但因资金等问题,吃水难迟迟没有得到解决,成了村民们的一块心病。

今年12月初,成武检察院包村检察官了解到这一情况后,决定帮助村民们解决这一难题。他们一方面组织村“两委”号召全

体村民集资自助,按照村民自愿、直接受益、量力而行、合力限额的原则,集资10万余元埋设管线;另一方面积极协调水务部门和乡镇政府筹资22万元,从十里外的小天宫庙村引来深水井自来水。

虽然有了自来水,但引水地距离村子较远造成水压受阻,引来的自来水还是不能满足于楼村民的生活需要。“决不能让群众喝半截水。”成武县检察院的检察官们向村民们作出了承诺。

随后,成武检察院在全院范围内开展自愿捐款来“增压保水”,短短两天内就收到捐款1万余元,在小天宫庙村的水房内增添了压力设备。“终于喝上自来水了!”望着汩汩而出的自来水,于楼村村民脸上露出笑容。

创维大板云电视 大惠元春

大主张·大钜惠·大视界·大享受

——创维聚焦55寸“新客厅标准”,打响“元春”云电视普及风暴

创维数码中期财报显示,截至2012年9月30日,创维集团营业额达163.89亿港元,同比增长达25.4%;毛利同比增长19.1%。而创维RGB电子4-9月其国内彩电销售额123.42亿元,同比上升20.4%。而奥维资讯的最新调研报告,截至2012年9月的连续12个月,创维液晶电视、3D液晶电视的累计销售量在中国内地市场均排名第一,市场占有率分别为16.7%、26.7%。

创维集团总裁杨东文表示,“2012年,在全球经济低迷的背景下,创维实现了上市12年以来最好的一份半年报。”他表示这样的业绩,得益于创维坚决落实了高端品牌战略。而提升高端产品销售占比就是这个战略重要的组成部分。

据悉,创维由于销量明显超出年初的预测,集团将2012财年彩电内销目标由760万台调升至810万台,较年初增长15%。其中包括420万台3DLED液晶电视机及云电视机,占比达52%,比上年度增加212%。

创维的高端战略与产业转型

杨东文说:“创维高端品牌战略的提出,一是为了推动传统制造业转型升级,二是随着国产品牌在技术等领域的积淀达到一定程度,创维等国产品牌已经具备了挑战外资品牌长期以来在高端产品市场控制力的能力。”

据笔者了解,以往42寸以上的均价较高的高端产品市场,日、韩品牌曾占优势,55寸以上产品领域,外资品牌更是占据七成以上的份额,这是国产品牌多年来无法依靠价格优势夺取的市场。但随着国产企业的品牌、技术和供应链能力的提升,

加之日资品牌近年市场份额大幅滑落以及品牌价值的下降,以及应用技术等领域落后于本土品牌,国产品牌的确已经具备了向高端市场发力的实力。

“今年以来,国内彩电市场再次开始新一轮的升级换代的趋势越来越明显,42寸以上大尺寸液晶电视是消费者的首选,这也给国产彩电品牌进军高端提供了最佳的市场机会。”杨东文表示。

“十一”黄金周市场,创维以55寸为核心的高端市场发力让创维进一步提升了高端产品的销售占比。同时,创维开始在60寸以上的领域继续冲击外资品牌的市场份额,甚至推出性价比有明显优势的超高清84寸液晶电视。

12月3日,创维在北京又一次实现领先于行业的跨越:联合优朋普乐“直通好莱坞”宣布正式上线,让消费者通过创维云电视直接享受到好莱坞大片!而此前,创维基于3D电视和云电视的技术储备与布局和酷开网的建立,算是基本解决了影响云电视产业发展的片源问题;而这次“跨界”的大手笔让创维真正在云电视产业链上实现了长袖善舞,以及商业模式转型的具有里程碑意义的一次尝试。

创维数码董事局主席张学斌认为,“产品结构升级其实是创维销售战略转型的体现,创维已从此前‘竞争对手导向’转型为‘消费者导向’,是跟着市场的节奏走。”在此导向下,创维数码下半年的整体毛利率和净利润有望望继续提升,这也是创维集团提出的制造业升级转型的关键一步。

创维全新健康科技 专注大尺寸液晶电视

——“客厅新标准”旗帜下的云电视普及风暴

笔者获悉,针对今年的元旦、春节市场,创维可谓来势汹汹:七大系列25款云电视齐上市,即将打响一场云电视普及风暴。

据权威标准,达到2.2米观看距离即可选购55寸健康云电视。因此创维将这次云电视普及风暴的口号定位为“客厅新标准”!由此可见,产品布局的重心是各系列55寸健康云电视。

创维集团中国区区域营销总部总经理刘耀平表示:“坚持55寸及以上大板云电视的推广,通过产品系升级战役实现大板云电视的彻底转型,继而巩固创维市场销售第一的领先地位;凭借4K超高清技术、超大尺寸、直通好莱坞、云健康等树立优于合资的高端品牌形象;将大尺寸健康云电视普及从城市推广到农村,通过创维的优势渠道将这场产品升级引向纵深发展,才能实现创维高端电视销售占比与业绩的可持续增长。”

笔者看到创维E780、E800A、E750A、E700S、E600Y、E580F、E650E已布局终端卖场,几乎所有系列产品里都含有55寸云电视。

笔者发现,这些产品普遍特点是功能强大,除了主流的偏振式3D技术,更提供了强大的硬件系统及最新的Android4.0软件系统,可以轻松实现云健康的体验,

买电视就选创维55寸健康云电视

健康云电视 = Smart TV + Skycloud 智能电视 云技术

全新的观看方式 云频道 独有数据聚合引擎 打破频道束缚 精彩不再间断

全新的使用方式 Cooface桌面系统 独有行为分析引擎 电视想你所想 让操控更简单

全新的娱乐方式 千款大屏应用 随时同步共享 大屏幕更过瘾 让欢乐随时分享

全新的生活方式 全方位家庭健康解决方案 权威健康检测 专家建议 健康运动

将健身房搬回家。语音识别、动作识别以及重力感应大大增强了用户互动体验,而其无边框的设计更是目前最新的标准,给用户带来完全不同的视觉体验。

“改变的不仅是看法”。国内高端彩电销售连续12月的市场排名第一,绝非偶然与运气。笔者从创维产品的精心布局上与导购员自信的脸上看到,应当是“弹药”充足,士气高昂。又一场彩电业硝烟大战即将上演。

“中国早已成为世界第一大彩电消费国,中国消费者应当拥有的一定是最领先的电视。所以,彩电企业最应该关心的是消费者

的体验是否完美,能够真正带来改变的一定是基于消费者真实需要和电视本质属性的,而不是低端的价格导向和竞争导向的功能吆喝。”

创维集团彩电事业部总裁刘棠枝认为:“客厅新标准,其实不仅只是一种产品标准,更多的是满足消费者视听、娱乐体验正逐步趋于完美的一种进步与升级。这是一种生活方式。”

技术领先型品牌,就选创维电视;买55寸以上大板,更要选创维电视!元旦即将来临,创维大板风暴将又一次引爆市场,引领行业潮流。

(宋玉齐)