液晶“完胜”等离子

松下关闭上海工厂转迁济南

本报济南1月15日讯(记者 仲爱梅) 等离子与液晶孰优孰劣?尽管对于这一问题业内争议不断,市场却已做出选择:日前,坚守等离子阵营多年的松下中国低调关闭了其在上海的等离子显示器工厂,将等离子电视制造销售业务转移至济南。这在业内人士看来,等离子的彻底退市只是个时间问题。“或许只需要3-5年,市场上就再也看不到等离子了。”

“松下上海等离子工厂去年9月就已陆续停产,目前处于全面停工状态。”松下中国相关负责人同时强调,关闭上海工厂并不意味着松下不重视等离子技术,更不是抛弃等离子,而是基于效率考虑。

“为了提高平面电视业务的经营效率,公司已于2012年11月底将上海松下等离子显示器有限公司所承担的等离子电视的制造销售业务集中到中国山东省的液晶电视整机生产地点:山东松下电子信息有限公司。”在发给媒体的书面回复中,松下中国称。

根据松下(中国)官方网站提供的信息,山东松下电子信息有限公司位于济南市高新技术开发区,成立于1995年,是日本松下电器产业株式会社、松下电器(中国)有限公司与济南高新控股集团有限公司共同投资创办的中日合资企业,主要以高端液晶电视为主进行生产销售。

“上海厂的生产线已经搬到济南了,以前济南工厂只生产液晶电视,现在也开始生产等离子了。”15日,省城某家电卖场松下电视的销售人员向记者证实,自今年1月份开始,由山东松下电子信息有限公司生产的等离子电视已经在济南上市销售。

记者走访省城各大家电卖场后发现,只有极个别品牌仍有少量型号等离子电视在售。不过,尽管松下讳言放弃等离子,在外界看来,其放弃等离子业务似乎只是时间问题。

市场份额不足10% 等离子退市是时间问题

“电视概念更迭太快,等离子没有最终赢得市场,松下必须调整。”中国家电商业协会营销委员会副理事长洪仕斌认为,越来越多的企业选择了液晶,强大的营销灌输也让消费者偏好消费液晶。等离子已经成为电视发展的“过客”。

等离子与液晶孰优孰劣?记者调查发现,作为电视发展的两个技术方向,业内对其并未形成绝对的优劣之说。但随着众多中国彩电厂商大力推广液晶电视,后者占有率不断提升。“目前在售等离子的,只有松下及三星的个别机型,即便是松下,其等离子所占的份额也只有50%,60英寸以上的就全都是LED了。”三联商社相关负责人告诉记者,目前卖场内90%以上都是LED液晶电视,等离子所占的市场份额已经不足10%。

去年我省国税收入4656.1亿元

本报济南1月15日讯(记者 刘红杰 通讯员 董斌 梁涛) 从今天召开的全省国税工作会议上获悉,2012年,全省组织税收收入4656.1亿元,比上年增长7.81%;其中,国内税收收入3069.08亿元,比上年增长5.87%。

去年我省地税收入2866.8亿元

本报济南1月15日讯(记者 刘红杰 通讯员 赵秀瑜) 从全省地税工作会议上获悉,2012年,全省地税系统共组织各项地税收入2866.8亿元,增长24.03%,增收555.45亿元。税收收入增幅高于全国增幅3.8个百分点。

渤海银行济南分行入选“千佳”

本报讯 近日,中国银行业协会评选出全国1000家“2012年度中国银行业文明规范服务千佳示范单位”,渤海银行有五家营业网点入选,分别是渤海银行天津分行营业部、北京分行商务中心区支行、成都分行营业部、济南分行营业部和南京分行营业部。

(琥珀)

新交规半月出险次数微降

出险多了来年保费将上涨

本报济南1月15日讯(记者 王茂林) 新交规运行已有两周,在更为严格的交规和处罚压力下,市民行车更为谨慎,但适应期也有不少驾驶习惯不好的司机容易出现更多违法乃至事故。对于这部分司机来说,出险次数增加意味着来年的交强险和商业险保费将相应上涨,严重的可能被保险公司拒保。

15日,记者从省城主要财险公司了解到,据新交规运行两周来车险报案量统计和对比分析,近日车险报案量环比有所下降,排除去年12月同期降雪恶劣天气导致事故率增加的因素,粗略计算,面对“史上最严格”交规,司机谨慎驾驶所带来的作用已经开始显现。

“新交规严格了,而且加大了超速、闯信号灯、逆行、开车接打电话的处罚,大家开车更谨慎了,但不重视交规、驾驶习惯不好的司机更容易违法;再比如遇到黄灯急刹车可能使追尾类的事故增加。”平安产险山东分公司个人产品管理部主任乔斌表示,事故率与车险费率、保费有直接关系,前一年出险理赔次数的增加意味着下一年度车主需要支付更多的保费。

“羽坛侠侣”贺新岁 金龙鱼1:1:1实惠等你拿

“不是你今天状态不好,就可以随随便便输掉;不是人生太匆忙,就可以随意选择”。“婚姻如油,看似平淡,却能让一切清晨归来”……近日,伴随着各大电视台黄金时段的热播广告,林丹沉稳的声音娓娓道来其人生的座右铭,同时也拉开了金龙鱼1:1:1调和油2013年春节促销的序幕。

“1:1:1” 平衡营养实惠到家

最近金龙鱼1:1:1调和油又火了,不仅牵手冠军家庭的新广告片牢牢吸引了广大消费者的眼球,林丹、谢杏芳夫妇幸福的身影更是频频出现在我们眼前;并结实场冠军加盟类的产品、铺天盖地的各种广告宣传……此番金龙鱼1:1:1调和油对既有形象的大胆突破,在林丹、谢杏芳世界冠军家庭的助力下,也让我们感觉这个产品更加充满了活力。

翻看的广告片中,我们认识了一个热爱烧菜、宠爱妻子的林丹。回归家庭,他不再是赛场上的羽毛球奥运冠军、全满贯世界冠军,不再是夺目光环下的国民偶像,只是一个黄黄温温的丈夫、儿子、家人的健康、家庭的幸福同样也是他的追求!“一生中只追求完美,我选择金龙鱼1:1:1”,林丹选择获得国家发明专利的食用油产品——金龙鱼1:1:1调和油作为新婚家庭的优选,有这样营养均衡的放心产品为健康保驾护航,还担心调和不出幸福吗?

2013年,金龙鱼1:1:1调和油重拳出击,牵手林丹、谢杏芳夫妇吹响了新年促销的号角,从即日起,金龙鱼1:1:1调和油“羽爱快乐新年——平衡营养三重奏”的主题促销活动,将在全国各地热炒展开。

活动期间,金龙鱼在全国1649家门店,将打造3000场惊喜盛宴。金龙鱼1:1:1调和油不仅推出了加量不加价的“羽爱快乐6.999升天长地久新年加量装”,所有购买金龙鱼第二代食用调和油1.8升及以上新装的消费者,还将有赢取100份888元现金、6万份羽爱快乐限量珍藏版奖品、66万份羽爱快乐新春利是封的大好机会。同时,参与二维码、短信互动更是将有机会赢取99.99千克纯金金牌。加入到金龙鱼1:1:1平衡营养健康大军中来,与世界冠军家庭一起,在平淡中感受幸福,在新年到来的时刻,还有什么比这个选择更有意义呢?

关注新生代家庭 健康理念坚持到底

目前,来自有关部门的数据显示,中国每年登记结婚人数高达1200万对,且新生代家庭仍以每年10%左右的增长速度逐年递增。新生代家庭已经在房地产、汽车、旅游等热门行业消费兴起消费大潮,未来势必也会带来金龙鱼新的销售增长点。面对食用油市场这样一个庞大的蓝海,金龙鱼1:1:1调和油在岁末更显之际主动出击,牵手冠军家庭林丹、谢杏芳夫妇给全国千万家庭送祝福的同时,也期望能让更多的新生代家庭与冠军家庭一起秀出属于自己的幸福。

婚姻如油,看似平淡,却能让一切清晨起来。踏入2013年,金龙鱼1:1:1调和油将牵手林丹、谢杏芳冠军家庭,践行平淡婚姻生活积极向上正能量的同时,也希望能让新生代家庭学会品味婚姻中蕴藏的润物细无声的幸福。为此,金龙鱼1:1:1调和油斥资百万,在全国范围内发起声势浩大的大型公益活动——“金龙鱼1:1:1新婚家庭的祝福”。金龙鱼希望能借此活动,让消费者真正地与世界冠军家庭一起分享幸福。幸福是什么?幸福其实很简单,拥有金龙鱼1:1:1,就拥有了最简单的幸福。2013年,牵手林丹夫妇,每两个月在全国注册结婚的新婚夫妇中,挑选出111对夫妇,免费赠送其一年免费用油。只要发送微博、上传两人的亲密照片+幸福宣言,同时@活动微博@三位好友,即有机会获得抽奖机会。

当然,国羽林丹谢杏芳夫妇钟爱的羽毛球事业,“金龙鱼1:1:1平衡营养全满贯大型群体性互动活动”也将在2013年向各位消费者发出诚挚的邀请。2013年,让我们与世界冠军家庭一起享受羽毛球带给大家的健康与快乐吧!

新春伊始,金龙鱼1:1:1调和油牵手林丹、谢杏芳世界冠军家庭用实际行动祝福每一个中国家庭拥有平衡营养健康的一年,拥有幸福的一辈子!

小贴士▶▶

你生活中不可或缺的金龙鱼1:1:1调和油

1991年,第一瓶金龙鱼调和油面世,从此改变了散装毛油时代,改变了18亿中国人的饮食习惯。

2002年,经过十余年的发展,金龙鱼升级产品金龙鱼第二代食用调和油首次将食用油与膳食健康的研究深入到脂肪酸领域,倡导膳食脂肪酸平衡的健康概念,产品配方获得国家发明专利,将一次革命性推动了中国人的食用油消费习惯,引领食用油消费理念从“安全”向“营养健康”跃升。

2005年,一种脂肪酸平衡型食用油生产技术的研究得次荣获中国粮油学会颁发的科学技术二等奖。这也是专业权威机构给金龙鱼1:1:1二代调和油的殊荣!

2008年,北京奥运会用金龙鱼1:1:1调和油烹制菜品,供来自世界各地的运动员及代表享用,成为北京2008年奥运会食用油独家供应商。

2011年,金龙鱼成为深圳世界大学生运动会粮油食品独家供应商,金龙鱼1:1:1调和油再次接受了世界的检阅,其世界品质赢得了广泛的赞誉。

2012年,金龙鱼1:1:1二代调和油上市10年,为国人构建111条平衡营养健康基础;携手林丹、谢杏芳冠军家庭共同开启开启中国家庭平衡营养健康新旅程;开启国人全面营养健康的又一个辉煌十年。