

葡萄摆上吧台 现场调酒表演

不少参展商打出体验牌

本报10月8日讯(记者 赵丽 实习生 元玉慧) 8日上午,记者一走进位于舜耕国际会展中心的葡萄酒及国际烈酒展区,便被浓郁的欧洲风情所吸引。在这里,多个世界知名葡萄酒商推出了地中海风情或法国田园造型的特色展台,内部展架,供客人用的座椅看上去像用原木制成,产品也采用了艺术式的陈列方式,精巧的自行车车筐、漂亮的花篮、古朴的摇椅都成为产品的摆放地。

除了在展台装饰的观赏性上下足功夫,体验性也被很多参展商所看重,除了放置美酒供客人品尝,各展台高招频出。“先摇晃,再闻香,喝酒的时候要先用舌尖,再卷起舌头两个……”在二楼的几个吧台内,专业调酒师边展示娴熟的调酒技艺,边传授专业葡萄酒知识,让观众和客商听得入迷。而一楼一家来自烟台的葡萄酒商还把水灵灵的葡萄摆上了吧台,让客户在大饱口福的同时,也对产品留下直观的印象。

酒类专家论战白酒发展

“禁止自带酒水”或成历史

本报10月8日讯(记者 邢振宇) 8日,由中国酒类流通协会等单位主办的酒鬼第三届VIP市场共同成长计划会暨中国酒商未来5年发展趋势高峰论坛在济南举行。与会专家表示,未来中产阶级消费将带动白酒第三次发展高潮,与此同时,“禁止自带酒水”的行规将成为历史。

酒鬼酒供销有限责任公司总经理郝刚对白酒的未来充满了信心,他认为以酒鬼酒为代表的白酒,将在未来市场中占据有利地位。

“今年上半年,国内酒类销售额增长速度在20%以上。”中国酒类流通协会副会长兼秘书长刘员表示,从酒鬼等白酒品牌来看,整个行业发展还是比较不错的。酒鬼酒股份有限公司副总经理、

盛初营销咨询有限公司总经理柴俊表示,随着中产阶级的增多,他们将引领白酒第三次发展高潮。在未来的20年,中产阶级对白酒的消费将逐渐成为主流,这类人群消费白酒的价格将在200—500元之间。同时,由于中产阶级的增多,这部分人喜欢自带酒水消费,很多酒店为了适应这部分需求,将逐渐取消禁止自带酒水的规定。

滑翔伞天上做广告 宣传页一天全发光

糖酒会昨日火爆 开场

本报记者 马云云



几乎糖酒会的每个展台,都吸引了大批客商的关注,本报记者 邱志超 摄

8日,2010年全国秋季糖酒会正式拉开大幕,20万人云集两大会展中心。除了品类繁多的展品,参展商还通过各种宣传手段吸引顾客,让人眼花缭乱,整个场面堪称火爆。

滑翔伞助兴 广告“做上天”

8日上午,记者赶到济南国际会展中心,远远地就被会场热烈的宣传攻势“镇”住了。会展中心广场前硕大的广告拱门

头来看,原来,这是一家酿酒企业在做“空中广告”,6个彩色滑翔伞在空中飞来飞去,伞面上写着酒产品的名字和厂家联系方式,一位路人不禁笑道,“广告都做到天上了。”

四天的宣传页 一天内全发光

进入展厅,记者看到,各个特装展台内人山人海,工作人员忙着向观展人员介绍情况。

“给我一张宣传页好吗?”“对不起,我们的宣传页已经发完了。”

参加一场糖酒会 赶上全省卖两个月

“和我们达成初步合作意向的客户名单已经摆成一沓了。”汹涌的客流带来的不仅是热闹的景象,还给参展商带来了实实在在的收益。

黄金周后又遇糖酒会

省城旅游借力 再攀小高峰

本报记者 王光雷

8日是“十一”黄金周结束的第一天,同日,在济南举行的2010年秋季全国糖酒会也正式开幕,省城旅游部门和各大旅行社纷纷抓住此次机遇,借力糖酒会使济南旅游市场再攀小高峰。

据了解,在此前召开的糖酒会调度会上,承办方有关负责人曾表示,糖酒会期间,预计将有20万来自全国各地的参展商和参会者,对消费拉动能力巨大。

黄金周前,趵突泉水位突破30米大关,良好的泉水形势为向参展商推介济南提供了便利条件。为吸引更多的参展商和参会者,济南市旅游局采取了多项措施,借助星级酒店全力推介泉水游。同时,省城各大旅行社也纷纷利用各种渠道对参展商进行宣传,并专门策划了旅游线路。据济南国信旅行社总经理张阔介绍,在糖酒会筹备期间,他们就专门进行了营销策划,还设计了一日游、二日游等数条经典旅游线路。由于时间限制,大多数人选择了一日游,浏览省城各地的泉水,但也有20%左右的游客选择去泰山,曲阜游玩。

小偷来“赶会” 小心遭“黑手”

糖酒会开幕首日,济南警方抓获9名窃贼

本报记者 吴金彪 通讯员 李哲 孙晓雯

10月8日,有“天下第一会”之称的糖酒会正式开幕。然而,在引来众多客商的同时,糖酒会的会场内也出现了许多不速之客。开幕当天,济南警方就在会场抓获了9名窃贼。据了解,这些小偷都是专程来“赶会”的。

专用刀片割包 小偷“娘子军”被抓

6日晚,市中区经二路派出所接到举报,一名外地女子在火车站附近转悠,有盗窃嫌疑,民警随后对女子进行跟踪,发现该女子并不是孤身一人,而是一盗窃团伙中的一员。该团伙总共有6人,包括5女1男,称得上是一支小偷“娘子军”。调查中心民警发现,该团伙住在火车站附近,成员都来自外地,专门用刀片割人钱包或裤子口袋,动作熟练,隐蔽性强。

三个小毛贼 一上午偷了7000多元

8日一早,6名窃贼乘车来到国际会展中心。随着会展中心参观的人越来越多,混在人群中,小偷也开始行动起来。“团伙作案,动作娴熟,当他们转身往回走的时候,基本上就到手了。”市中巡警便衣行动队队长说,上午9点多,在小偷“下手”时,便衣民警迅速出击将犯罪嫌疑人抓获。民警介绍,6名犯罪嫌疑人都属于盗窃惯犯,流窜作案,“逢会就参加”。据了解,包括这6名嫌疑人在内的小偷基本工作,丝毫没有被民警早已盯上了他。只见他紧紧夹在人群中,趁身前一男一女不注意,迅速将手伸进该游客的后衣兜内,将放在衣兜内的一沓现金掏了出来。



犯罪嫌疑人被当场抓获。 李哲 摄

绝不留留。目前此案还在调查当中。

民警提醒,由于糖酒会现场人流量大,加上小偷作案手段隐蔽,很多现场受害者并没有发觉并及时报案。如果您是受害者,可以到经二路派出所报案。经二路派出所电话:85084651。

“我的钱不见了!”民警立即找到这位男子,经简单询问核实正是这位男子被盗。于是民警立即与当地派出所取得联系,将嫌疑男子移交当地派出所进行处理。

随后,天桥公安分局执勤民警又连续抓获了两名使用同样手段实施盗窃的嫌疑人,并将两人移交当地派出所进一步处理。短短一上午,这三名盗窃嫌疑人便使得赃款共计7000余元。

坚持精品、战略、成本控制三大制胜法宝

恒大前三季度销售面积继续冠盖全国

从今年第一季度开始,恒大即开始在国内房企销售面积排行榜上占据冠军位置,第一季度,在销售面积方面,恒大以129.5万平方米夺得冠军;在销售金额方面,恒大以85.3亿元占据亚军位置。第二季度,恒大以392万平方米占据上半年销售面积排行榜首位,并成为唯一一家完成半年销售目标的龙头房企。最新数据显示,今年前三季度,恒大以597万平方米的销售面积,高于万科9万平方米的优势,再度蝉联销售面积排行榜的第一位。

10月1日,中国房地产信息集团联合中国房地产测评中心共同发布《2010年前三季度中国房地产企业住宅销售排行榜》,恒大以697万平方米的销售面积,高于万科9万平方米的优势,再度蝉联销售面积排行榜的第一位。

6年超前战略部署 赢得高速稳健增长

业内分析认为,2010年前三季度,TOP 20企业的销售业绩中,二线城市销售金额占比59%,销售面积占比48%,同时三、四线城市对TOP 20企业业绩的贡献均高于一线城市。

精品源自产品的方方面面,恒大在规划设计、主体工程、园林配套、装饰材料设备、物业管理等产业链上,与300余家国内外行业龙头企业建立了战略合作联盟,保证优质供应链,实现同类产品品质最高,品牌最好、性价比最高。

一套完备的“国际精品标准”,致力于打造环节精品,以全面的质量管理为核心,在工程开发、工程建设各个环节,要求每个部门的每一个员工在每一个流程上都必须做到按照精品标准组织生产运营,最终形成一套固化的精品模式和生产流水线。

高速扩张需要, 高超成本控制 确保物美价廉

恒大楼盘“开盘必特价,特价必超值”的响亮口号,不仅是恒大地产自身的营销名片,更是房地产业内的营销代表作之一。恒大到底是通过什么手段,令其成功控制各种成本,造就出一批批物美价廉的精品住宅?业内分析认为,不论是在拿地环节,还是在开发建设环节,恒大均走出了一条属于自己的成本控制之路。

目前,恒大已经建立起2010年前三季度中国房地产企业住宅销售面积TOP20

品质生活 由此启航

道通·山水泉城全新二期即将于近期盛大开盘,目前正在开展火爆预约,100-140平米三室两厅,预约VIP尊享“交2万抵3万,交3万抵5万+开盘98折”双重特惠,机会不容错过。

首先,恒大很早就进入发展潜力巨大的二、三线城市及城乡结合部等升值潜力大的板块,拿地成本低;其次,恒大通过其标准化运营与集约化管理,降低了运营成本;通过集中采购、统一配送,实现规模效益;使有的原材料采购价仅是市场价的2-3折,降低了材料成本;第三,恒大还通过快速开发,减少资金占用、减少利息,降低财务成本。

“双金”精品战略 打造品质生活

多年来,恒大一直致力于提升产品品质,并将品牌逐步深入人心,作为中国精品地产领导者,恒大初创就提出“双金”品牌战略,即企业品牌和产品品牌,并在拓展全国前置精品战略,不断实现产品的升级换代。

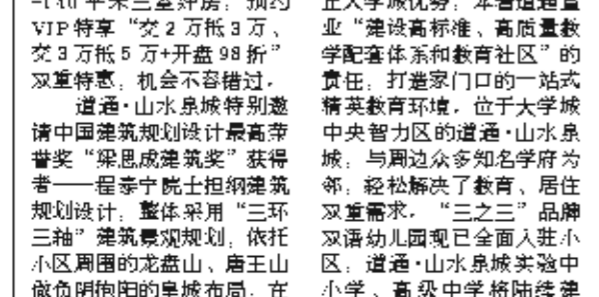
同时,将东方建筑精髓融于小区。

道通·山水泉城依托泰山大学城优势,本着道通置业“建设高标准、高质量教学配套体系和教育社区”的责任,打造家门口的一站式精英教育环境,位于大学城中智力区的道通·山水泉城,与周边众多知名学府为邻,轻松解决了教育、居住双重需求,“三之三”品牌双语言幼儿园现已全面入驻小区,道通·山水泉城实验中学、高级中学将陆续建设,小区内从幼儿园、小学、初中至高中的一站式教育体系让孩子赢在每一步。

“鲁班奖”筑宅专家

道通置业用建造核电站的精细工艺打造住建部认证的“AA级住宅”,打造难以计数的名宅,道通·山水泉城在严格遵循行业标准的基础上,不断提高建筑质量和用材品质,从原材料控制到施工工艺,从过程管理到质量验收,无论在地基下落至岩石,还是品牌电梯和太阳能的适用,或者覆盖

排名	企业名称	销售面积(万平方米)
1	恒大地产	597
2	万科集团	568
3	绿城地产	485
4	金地集团	455
5	碧桂园	400
6	中海外	366
7	世茂集团	233
8	富力地产	175
9	雅居乐	170
10	绿城中国	167
11	华润置地	139
12	世茂房地产	133
13	金地集团	131
14	中信地产	130
15	龙湖集团	129
16	融信金辉集团	128
17	金科集团	125
18	远洋地产	107
19	保利香港	95
20	新城地产	89



齐鲁晚报生活日报

广告中心服务电话

广告中心客户部: 0531-82963188 82616676(文传) 85192657 85192652 85192150 85192158

设计部: 0531-85192177 85192155 (E-mail: gonggong@vip.sina.com 85192632)

财务部: 0531-85192659

拓展部: 0531-85192666(主任室) 85192191 85192629 85192126 85196137 85192215

省内代理部: 0531-82608360 82963199 85192680 85192186

省外代理部: 0531-82616688 82616800 85192678

经济专刊部: 0531-82608362 85192600

(主任室)82921268 85192166 85192655 85192145 85192630

医疗广告部: 85192655 85192634 85192630

地方广告部: 0531-82968343 85192188

分类广告部: 0531-85192199 67886618 67886628 85196184(传真) 地址:济南市经十路16122号 邮编:250014

美容冠, 7天矫正成人畸形牙

告别难看牙齿, 让美丽自信绽放

权威专家提示: 7天美牙无伤害



小周在从事销售工作时,因业绩不佳,被领导批评,她感到非常沮丧。后来,她通过美容冠矫正了牙齿,不仅改善了外观,还增强了自信心。



济南美齐整形医院牙科 电话: 86926266 网址: http://kqzx.aph-jn.com 地址: 济南南门口大街2号(泉城广场东临)