

有的取消长假出游计划 有的一天要赶 3 场婚宴

喜帖满天飞 市民吃不消

本报聊城 9 月 7 日讯 (记者 张召旭) 国庆长假将至，亲戚朋友同事扎堆儿结婚，红色喜帖满天飞，让不少市民叫苦不迭。有的已收到 6 张请柬，有的 10 月 2 日一晚上要赶 3 个场。

市民吴先生现在一听说有亲朋好友结婚就发慌，怕再收到婚礼请柬。距离国庆长假还有 20 多天，他已收到 6 张请柬。“本打算假期去青岛玩几天，这下泡汤了。”吴先生说，8 月底就有同学打电话说国庆节结婚。

“10 月 1 日、2 日、4 日和 6 日要参加婚礼，有的一天还得赶两场。”

不光游玩计划得取消，如此多的婚礼让吴先生的钱包也吃不消。“这 6 个结婚的关系都很铁，随份子的话一人至少得 600 元。”吴先生掰手指一算吓一跳，得掏将近俩月的工资。

在开发区工作的王小姐，已收到 4 张结婚请柬，其中 3 场安排在 10 月 2 日，当天晚上既有单位同事的婚礼，又有高中同学的喜宴，还有自己表哥的婚宴，

到时参加哪场婚礼让她左右为难。

经过一番思量，王小姐决定先给同事送份红包，然后去同学喜宴赶场，最后再参加表哥的婚宴。“折腾来折腾去的，简直是比明星赶场还忙。”王小姐说，还有 20 多天才到假期，还不知道会不会再收到请柬呢！

采访中，不少市民表示扎堆办婚宴不仅新人自己累，参加婚宴的亲朋好友也累。一些市民表示，结婚不一定非得等到长假，周末也有不少好日子。



秋寒

7 日下午 2 点左右，城区下起零星小雨，气温随之下降。寒意袭来，市民开始穿上秋装。

本报记者 李军 摄影报道

欢快时刻 原浆陪伴

打电话 送啤酒

近期，在聊城出现上门送啤酒的新兴销售模式，打个电话，说明所需啤酒数量，下单成功后，就可安坐家中等待新鲜营养的啤酒送上门。

在众多啤酒品牌，泰山原浆啤酒一枝独秀，在口感与新鲜度上实施“7 日保鲜”营销策略，提出了业内全新的啤酒消费概念。

现如今，泰山啤酒开创服务先河，切实让利消

费者！聊城市民只要拨打服务专线或指定地市服务电话，新鲜营养的泰山原浆啤酒就送到您家中，免去市民外出选购的奔波之苦。

据了解，泰山啤酒为了保证泰山原浆的配送质量，严格执行高标准配送流程，并推出“黑衣人”制度，随时监控运输过程中的卫生情况。

“7 日保鲜 8 日回收”的极致新鲜口号，即

啤酒从灌装上市开始算起，保鲜期为 7 天，如果在第 8 天有剩余啤酒没卖完，将全部回收，保证消费者喝到的都是 7 天以内品质最新鲜、口感最纯净的啤酒。

泰山啤酒不仅仅是研发新品，更重要的实行蓝海战略，通过价值创新来获取竞争优势。以产品、服务的差异化作为切入点，通过差异化战略定位，推广原浆、黑麦特色

产品。

业内认为，现在这种上门送酒的服务是啤酒业营销的一个新举措。

泰山原浆啤酒的市场定位和目标，是将价格竞争变为价值竞争。价值竞争体现出泰山原浆啤酒中所蕴含的创新技术、创新管理、创新战略等等，也解释了为何泰山原浆啤酒一经上市，便从竞争如此激烈的啤酒市场中突出重围备受欢迎。

临清市地方税务局 廉政文化建设突出“五性”

一是开展现场教学，突出特色性。组织干部职工到革命圣地参观学习，通过瞻仰先烈事迹等，促使干部职工惜岗敬业。

二是重视法规教育，突出自觉性。认真组织学习《廉政准则》等党纪法规，每季度对干部职工进行廉政知识测试，将考试成绩纳入个人廉政档案，并与年终党风廉政建设工

作考核挂钩。三是开展读文思廉，突出思想性。紧密结合工

作实际，撰写对党风廉政建设的认识体会，通过开展形式多样的学习教育活动，做到学习教育与促进工作两不误。

四是畅通监督渠道，突出实效性。在运用和发挥原有监督渠道的基础上，向纳税人发放《执法监督反馈意见表》，严格监控税务人员在税收执法过程中是否存在不廉行为，自觉主动接受纳税人监督评价。

(宋少春 赵伟)