

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)