

沪上开公司 员工200人



纪委廉政教育活动多

勇表示。

姚智勇1997年进入启东中等专业学校外贸专业学习,“我从小理想就是经商,当一个老板,所以作出这样的选择一点也不奇怪。”姚智勇回忆,他从小就对经商很感兴趣,青少年时,他经常去父母在上海的水果店帮忙,向顾客们推荐各种商品,顾客们也很喜欢他,亲昵地称呼他“小胖子”。

谈及在中专那几年的青葱岁月,姚智勇印象最深的是校园里自由的思想氛围,“我不会啃书本、做学问,但我擅长在生动的实例中寻找观点与方法。那几年,我的天性得到了充分的尊重和发挥。”他坦言自己最大的收获是结交了一些志同道合的学友。大家聚在一起切磋、交流种种市场现象,各抒己见,还一起去摆摊,既提高了能力,积累了经验,又巩固了友谊。“现在我公司里的员工就有不少是当年的

同学,我们在一起追逐梦想。”

中专毕业后的第2年,姚智勇在上海虹口开了一家专营手机通讯设备的商店。他的经商才能很快显示出来,生意越做越旺。他的同学情谊也帮助他获取更多信息,拓展经营渠道。在一次老同学聚会上,姚智勇聆听了淘宝等电商平台。这个信息让他找到了更能施展经商才华的平台。

回来之后,他立刻在淘宝上开辟了第二战场,针对青年用户的个性特点,采购特色商品,优化访问页面,创新推广渠道,“电商确实是个很好的平台,那时候刚刚做,业绩上涨非常快,第3个月时利润就过万了。”

实体店和网络经营比翼双飞,利润节节递增。为了扩大经营,2008年,姚智

勇成立了自己的公司,经过几年发展,公司现有员工近200人。对于那些青年员工,姚智勇的管理颇为人性化,“年轻人不容易,看到他们,我就想到曾经的自己。我会帮助他们实现梦想。”对于表现优秀的员工,姚智勇给予他们一定的股份,让他们更有动力与热情。

事业有成时,姚智勇也开始不断“充电”,“这样才能走得更远”。这些年,他参加过MBA培训,也研读了不少经济管理方面的书籍,“我看书很有针对性,知道自己需要什么。”



本报记者 陈进

7月29日下午,上海果珈商贸电子科技有限公司会议室,总经理姚智勇在和合作方洽谈一个有关3C数码配件线上销售项目的规划运营。洽谈中,姚智勇独到的见解令合作方频频点头,双方相谈甚欢。“经商是一门艺术,衡量艺术的标准是水平,而不是一张纸质的文凭。”姚智



商检全力服务出口企业

本报讯 7月22日,南通出入境检验检疫局启东办事处工作人员来到位于滨海工业园的江苏久源木业制造有限公司,现场了解企业的生产状况及当前的迫切需求。

今年以来,检验检疫部门把服务企业、促进进出口企业有序发展作为首要目标,把关注出口企业的呼声和迫切需求作为改变工作作风的突破口,受到了企业的欢迎。(成华 袁永辉)

交警开展暑期安全宣传

本报讯 近日,市交巡警大队结合实际,扎实开展“七彩夏日,快乐出行”暑期未成年人交通安全宣传教育。

市交巡警大队通过发放《暑期道路交通安全倡议书》、利用家校通等平台,提醒学生安全出行;以微博、学校网站等平台,开展暑期网上交通安全知识查询、学习活动;加强对学生接送车、校车、客运、租赁、旅游包车等企业的安全监管。(蔡樱子 刘伙金)

开发区七彩夏日活动丰富

本报讯 近日,启东经济开发区20多名中小学生参加了“我为谱写中国梦启东篇章作贡献”主题活动。这是开发区“共立爱乡志、同筑中国梦”主题七彩夏日系列活动之一。

活动中,老干部王士瑜围绕什么是“中国梦”、怎样才能实现“中国梦”与青少年交流体会,并联系实际讲解了青少年怎样才能为谱写中国梦启东篇章作出贡献。

开发区七彩夏日系列活动还将开展“我的梦”演讲、趣味游戏等活动,丰富青少年的暑期生活。(郭东峰 陆金秋)

久东村志愿者服务老人

本报讯 7月25日上午,王鲍镇久东村计生协志愿者及部分青少年代表,来到该镇更生村老年关爱之家开展志愿服务活动。志愿者们帮助打扫卫生,陪老人们聊天,让他们充分感受到社会大家庭的温暖。(葛伟红)

彩臣三村关爱困难家庭

本报讯 7月25日下午,彩臣三村社区和结对共建单位市第三人民医院开展了党员志愿服务、义诊活动。活动中,共走访慰问了社区4户困难户,为他们量血压、测心电图,并送上慰问品和慰问金。(林雪梅)



7月26日晚7点半,王鲍镇举办“传递正能量 共建好家园”夏季纳凉晚会。晚会表彰了2013年度王鲍镇十佳道德模范,用身边先进典型鼓舞人、激励人,并通过歌舞、小品等形式,弘扬文明新风,倡导文明行为。晚会吸引了数百村民观看。图为十佳道德模范接受表彰。姜新春摄

市妇联不断创新活动载体

让廉政文化走进家庭

本报讯 连日来,市妇联陆续收到全市各级妇联组织报送的“我家的小故事”系列征文和“好书我来评”读后感。

今年5月,市妇联在全市范围内开展“相伴相亲 书香家庭”读书活动,推介了《雷锋全集》《一个孩子的战争》《活在当下》等20多本图书,发动全市广大妇女开展每月读一本好书活动,以妇女阅读带动家庭成员阅读,共建“书香家庭”。同时提倡认真撰写读后感,参与“好书我来评”读后感评选活动。

结合“相伴相亲 书香家庭”读书活动,市妇联深入推进“我家的小故事”系列征文活动,通过平凡真实、细腻感人

的家庭小故事,展现家庭成员相伴相亲、共享和谐的感人温馨片段。

市妇联主席杨海燕告诉记者,家庭是社会的细胞,是和谐社会最基本的组成要素。为营造清正廉洁的家庭环境,今年,市妇联以廉政为主题,以家庭为阵地,不断创新活动载体,打造“廉政文化进家庭”这一品牌,取得了良好的成效。

市妇联把家庭廉政文化建设融入“五好文明家庭”创建和“家庭美德建设”及“平安家庭”、“书香家庭”创建活动中,注重营造勤俭持家、廉洁文明、健康向上、崇尚美德、和睦温馨的家庭文化氛围,使每位家庭成员树立正确的世界观、

人生观和价值观,使家庭成为遵纪守法、维护权益、反腐倡廉的重要阵地。

同时,市妇联把家庭廉政文化建设融入内容丰富、形式多样的“廉政文化进家庭”活动中。通过召开家庭助廉座谈会、发放“树廉洁家风,建文明家庭”倡议书、签订助廉承诺书、撰写家庭助廉学习体会等方式,教育引导党员干部家属守好后院,筑牢家庭“防腐墙”。(蔡樱子)

着力打造廉洁型机关

“税e行”方便纳税人

本报讯 日前,市地税局手机办税平台自主开发了“税e行”,其多元的数据信息查询验证和互动功能设计,使服务更贴心,受到了纳税人的一致好评。

“税e行”以手机平台纳税人端为链接点,将部分业务功能事项移植到纳税人随身携带的手机中,分为办税地图、预约服务、专栏信箱、税款计算器等八个模块,实现了随时查询,使用方便。

“税e行”突出三个新,一是

办税新体验。打造便捷的税收政策咨询通道、办税地图导航、预约服务等多元化的功能,使纳税人享受快捷服务。二是维权新途径。通过局长信箱等维权渠道,直接将有关投诉举报信息发送至相关部门主要负责人手机,实现即时收集,即时处理。三是查询新载体。用智能手机程序通过扫描或输入24位条形码就可验证发票真伪,支持省内所有发票数据库的地税发票查询。(蔡樱子 陈永生)



做好品牌冠名传播的深度植入

2012年加多宝冠名“中国好声音”,正宗好声音,正宗好凉茶的超震撼传播力令行业侧目,国人惊叹。这不禁让人想到另一个命题,为什么同样在冠名费上要价不菲的非诚勿扰、天天向上、快乐大本营等国内热门节目却一时无法想起其冠名商。节目不红不是品牌的错,但节目爆红冠名品牌不红就是自己的错了。

品牌冠名传播,绝对是一门“深度植入”的艺术。什么叫深度植入?就是把品牌信息植入到节目的每一个细胞中去,把品牌和节目绑起来!

1. 玩透节目LOGO: 每档节目无论是宣传带还是录制舞台最凸显的一定是LOGO,2005年蒙牛酸酸乳把自身LOGO结合到超级女生的LOGO中,获得极高的出镜频率,与节目的关联度也更强。试想,我是歌手的7字造型如果被蒙牛享用又会是什

么效果,立白洗衣液如果没有海泉那次刻意的口误,确实只是个冤大头。

2. 玩透节目调性: 相比OP-PO绿和快乐大本营,TCL红和年代秀,步步高蓝和非诚勿扰的无关结合,酸酸乳的女生粉加白,加多宝的大气黑加红,在节目舞台的运用上显示出淋漓尽致。

3. 玩透节目资产: 2005年超级女生的最大资产是2004年的人气偶像张涵韵,蒙牛毫无意

外地签下她,所有广告围绕张涵韵与超级女声创意制作。2012年中国好声音的最大资产或者说惊喜无疑来自华少,虽然95%的华氏口播内容大家都没有听清,但惟独正宗好声音,正宗好凉茶让人过耳不忘。

4. 玩透节目流程: 节目流程中如果与产品有着紧密的关系,这个产品无疑要火。一站到底中每位挑战者一旦失利将会获得金立E-Life手机一台,产品在每期节目中出现数次并配合主持人不厌其烦的介绍,便让无数的节目拥趸认识了这款产品,据说这款手机在3、4线城市红得发紫。某年服务一家国内一线整体衣柜品牌时,建议做非诚勿扰24位女嘉宾出场和男嘉宾退场的滑动门真是让人激动的IDEA,可惜的是价格谈不拢啊。

5. 玩透节目音乐: 这是个颇不讨喜的要求,因为要复制蒙牛“酸的甜”广告歌曲与节目的融合度有技术难度。但音乐确实是线下传播最能制造流行的方式,步步高当年的“我在那一角落患过伤风”和INTEL的“灯,等灯等灯”都让人记忆深刻。



启东金凤凰创业园官方微信



招商信息

苏酒集团梦之蓝、绵柔苏酒、生态苏酒、洋河老字号、星得斯葡萄酒、王者脸葡萄酒等产品于启东市全面招商。
苏酒集团启东办事处
联系人:王主任 电话:18651393622

洋河:传承创新成就卓越品质

“创意设计一流,品质口感一流,品牌底蕴一流”。这是白酒专家对洋河股份(苏酒集团)旗下品牌“梦之蓝”和“绵柔苏酒”的评价,而这两款产品也于2012年分别获得“中国白酒酒体设计奖”和“中国白酒国家评委感官质量奖”。洋河产品能够获得如此高的评价,能够在资本市场和销售市场创造“双重传奇”,与其厚重的历史底蕴以及不断的品质提升是密不可分的。

名酒血统 经典传承

历史成就经典,经典铸就品质。洋河酿酒起源于两汉,兴于唐宋,尚可考证的历史有四百多年。明代诗人邹緙《白洋河》一诗写道:白洋河下春水碧,白洋河下多沽客。至清时期,已有“福泉酒海清香美,味占江淮第一家”的美誉。而与洋河一衣带水的双沟,因下草湾醉猿化石的发现,被海内外专家学者誉为中国

酒的起源地。

二十世纪初初期,洋河、双沟两大老牌名酒,凭借精湛的酿造技艺、独特的口感品质斩获国际殊荣。在1910年清末南洋劝业会上,双沟大曲被评为国际名酒第一名,荣获金质奖章;在1915年巴拿马国际博览会上,洋河荣获金奖。那个激荡起伏的大时代,洋河、双沟两大民族品牌,凭借过硬的品质赢得了荣耀和尊重。

历史的车轮滚滚而去,唯一不变的是品质的光芒。1979年,在第三届全国评酒会上,洋河荣膺“中国名酒”称号,成为“中国八大名酒”之一。在以后历届中国名酒评选中,洋河更是实现了“三连冠”的辉煌成就。洋河还被中国轻工总会指定为浓香型白酒的标杆,并参与起草了仍在行业的“国家浓香型白酒标准”。

绵柔创新 引领潮流

白酒需要传承历史,更需要创造历史。进入21世纪,白酒行业发生了翻天覆地的变化,白酒消费理念也发生了根本性转变。消费者从粗放式饮酒,转向精细化品味的同时,更注重口感的舒适,更注重健康理性用酒。“春江水暖鸭先知”,在行业变革中,洋河扮演了“先知”和“创新者”的角色,将“蓝色经典”、“绵柔”两个词演绎得淋漓尽致。

“酒最主要的还是味,酒不是香水,酒是要喝的,要喝就要在味觉上下功夫”。洋河股份(苏酒集团)董事长兼总裁张雨柏旗帜鲜明地提出。自此,洋河以消费者为导向,聚集人力资源、研发资源和科技资源,经过漫长的创新探索,开启了中国绵柔型白酒新时代,改变了整个行业的发展格局。回望白酒发展史,绵柔风格出现有其必

然性,洋河担此重任亦非偶然。在白酒行业里,洋河拥有最强大的科研团队,拥有国家白酒专家组成员2名,国家级评酒委员16名,江苏省评酒委员21名。为深入了解目标人群消费习性,洋河科研团队前后花费了三年时间,历经近万名消费者品尝调研,方完成绵柔产品的研发。当2003年主打绵柔的“蓝色经典”问世时,旋即掀起了一股蓝色风暴。

对绵柔型白酒,中国白酒权威专家沈怡方在不同场合多次评价说:绵柔型其实是站在消费者饮酒立场上对白酒口感特征的一个描述,与“香”不同,“绵柔”是一个“味”的概念,香是通过嗅觉系统来完成的,所谓好酒不怕巷子深,其本质就是对酒香的描述,而“味”则不同,“味”需要喝到嘴里才能品鉴出来。沈怡方强调,“绵柔”说明酒的味道比较绵甜、舒缓、淡雅、协调,符合现代人清淡型的消费观念。