

## 台儿庄引进高层次人才 招50名硕士博士

本报枣庄4月18日讯(记者白雪岩) 17日,台儿庄区人力资源和社会保障局发出招聘公告,今年台儿庄区涉及文化旅游、城市建设等17个部门的26个事业单位要招聘50名高层次人才,其门槛设定要求为全国“211工程”和“985工程”等全日制普通高校的应届硕士、博士。

记者在台儿庄区事业单位2012年公开招聘急需紧缺高层次人才公告中看到,此次招聘人员范围户籍不限,但明确界定为全国“211工程”和“985工程”等全日制普通高校应届硕士、博士研究生(不含在职脱产学习人员),其中,院校排名居前或所学专业为院校重点建设学

科的列入优先录取条件,报名时间截止至4月30日。

另外,此次台儿庄区事业单位招聘方式与以往有所不同,将采取面谈与考核相结合的方式择优确定拟聘用人选,主要考察报名人员的综合能力和专业技术水平。参与此次招聘的26个事业单位涉及台儿庄区的文化旅游、城市建设、交通运输、政府事务、工业经济、农业开发、医疗卫生类的17个部门,计划招聘50名高层次人才。至于录用后的待遇和管理问题,公告中指出,试用期间,执行事业单位试用期工资标准;试用期满,经用人单位和台儿庄区事业单位公开招聘工作领

导小组办公室考核合格的,使用事业编制。聘用人员在台儿庄区服务期限不得低于5年。

记者从往年台儿庄区事业单位招聘情况了解到,2011年台儿庄区直事业单位公开招聘中,面向台儿庄区公开招聘的职位报考条件为普通高校全日制专科及以上学历毕业生。

18日,此次招聘工作的相关负责人介绍,公告发出后,这两天参加报名的人员还不少,具体人数还未统计出来。至于此次事业单位招聘为何将学历门槛抬高,这名负责人表示,这是根据区里的安排。



## 小学生秀发明

近日,峄城区古邵镇曹庄小学举办了“小制作、小发明、小创新”作品展活动,展出学生作品900多件。本报记者 李泳君 本报通讯员 胡文兵 摄

TAISHAN 泰山啤酒

家庭配送热线: 400 0407 999

越活越新鲜

因为含酵母,所以活啤酒;  
因为活啤酒,所以最新鲜。

泰山 YUANJIANG 原浆啤酒

净含量: 720ml

# 东风日产实现齐鲁车展大丰收



为期四天的齐鲁车展已于上周落下帷幕。据东风日产车展组委会介绍,车展四天,展台成交突破600台,意向客户留档5000多。其中,轩逸、骊威和阳光组成了家轿三剑客表现更是抢眼,成为同级市场中销量最高的品牌之一。车展结束之后,东风日产专营店将组织“闭馆团购”活动,在车展上提交订单和意向强烈的客户,可以致电专营店,密切关注车展后续活动。

本届齐鲁车展,东风日产早在一个月前就开始着手准备。无论是促销政策、展台营销、团队培训和客户资料收集,都做足文章。“到齐鲁车展,就看东风日产”,成为现场观众随处可见的标语。在高新区进门口最显眼的二楼广告位上,“东风日产好,关键是发动机好”的大幅广告,在网上成为网友热议焦点。

### 轩逸:油耗低,质量好

齐鲁车展首日,记者在东风日产展台遇到来自长清的王先生一家。王先生告诉记者,自己做生意,平时经常来往于济南和长清之间,需要一个质量有保

证,油耗经济的家轿。询问几个朋友之后,大家一致推荐买轩逸。所以带着一家人来车展看轩逸。

宜家宜商,是东风日产轩逸重点打造的品牌优势,款待家人,也是轩逸刻意树立的品牌理念。开创精彩汽车生活已然是当今社会发展的主流趋势,更多的消费者尤其是已婚车主越来越渴望回归家庭,渴望享受家庭带来的人生乐趣。生活积极向上、家庭幸福和睦、孩子健康成长也越来越成为他们关注的主题,正是轩逸这种“款待家人”的品牌理念,引领中级车市集体“回家”,掀起了一股恋家潮。

新轩逸搭载2.0升MR20DE引擎与新一代XTRONIC CVT无级变速器,两者完美结合,动力衔接顺畅之极,同时兼顾燃油经济性,带来“超技术体验”;在节能减排和油价不断上涨的背景下,轩逸搭载的CVT无级变速器比普通AT变速器节能15%,同时新增了1.6升手动挡,为消费者提供更多的选择。

### 骊威:空间大是首选

刘先生自己开了个商品店,做零售生意。这次来齐鲁车展,就是要挑一款空间宽敞,装载量大的小型家轿。这样,平时自己家用的时候,能够带着家人一起出游,如果遇到商用情况,还必须有个百变空间,满足多拉快跑的用途。骊威后备箱空间在同级别市场中最大,后排放倒之后,空间堪比商用货车。正是因为骊威的空间优势,刘先生最终选择了骊威。

骊威采用日系车经典的设计理念,尤其是改款后的新骊威家族在外观、内饰、配置等方面进行了全面升级,以其

宽敞舒适且灵活多变的空间、大气硬朗且动感的外观、高效强劲的动力组合完美呈现了骊威“全时全能”的全优车型。并凭借超大非凡的空间感和“全时全能”的产品力,为车主提供了关爱家庭、感受家庭温暖的机会。

新骊威家族劲悦版、劲锐版、劲逸版三位家族成员共计12款车型,以“全时全能”的质感给不同需求的车主带来了更多安心保障和舒适实惠。劲悦版以其浓厚的动感风格,吸引着追求运动风潮的年轻一族;劲锐版凭借由外至内温情而时尚的元素,体现了悦人悦己的视觉效果;而劲逸版则利用7座MPV的精髓满足了旅游控们利用闲暇时间带上家人畅游神州大地的愿望。

### 阳光:公认的超高性价比

阳光是第一个将价格下探到8万区间的合资品牌,将市场定位为给消费者提供最佳价值的“新世代中级车”,而目标消费者就是那些刚刚起步、为家人奋斗打拼、并与家人分享成功喜悦的年轻白领。

就职于某银行的李小姐就是典型的阳光潜在客户。平时出入各大企业之间,与企业高管接触。没有车,对李小姐工作极为不便。她在本届车展上选择了东风日产阳光。李小姐解释,阳光属于“成长型车型”,就像自己的事业一样处于成长期。这辆车肯定不是自己的最后一辆车,但是在目前这种阶段,是最适合自己的车型。

阳光在外观风格上就偏向于居家型家轿,线条过渡流畅,更显动感;内部空间十分宽敞,视野很开阔;搭载的HR15DE引擎,配合燃油双喷射系统,

双C-VTC可变气门正时智能控制系统,加上与之匹配的5挡手动和CVT无级变速变速箱,在动力输出连贯性、燃油经济性等方面都有更好的表现。

