

小报童卖报很讲信用

为卖一份报,等了20多分钟

本报7月19日讯(记者 孙婷婷) 19日,本报联合英翔视光眼镜公司推出的“‘英翔视光眼镜’杯非常营销秀”活动进行到第四天,百余报童累计售报10000余份,其中小报童张力文以售出370份报纸排名销售风云榜榜首。


19日上午8时许,在青年路与湖滨中大道交会处,两名小报童站在路口,手里捏着一份报纸,眼睛紧紧地盯着对面银行大厅的玻璃门。“我和齐铭杰等一位去银行换零钱的叔叔,他怎么进去20多分钟了,还没出来呢。”小报童王正烨有点疑惑地对记者说。

“我们得守信用,这是最后一份报纸了,答应卖给那位叔叔了。”齐铭杰告诉记者,今天他俩预定的40份报纸,在他俩完美的配合下,不一会就卖完了。

“报纸是否卖完,孩子比家长看得还重。”张一诺的妈妈王莉告诉记者,每天报纸销量排行榜对孩子是一种很大的激励。孩子们会更加努力,把自己的报纸尽快卖出去。

记者发现,卖报这几天下来,不少小报童的独立性增强。活动前两天,很多父母跟着孩子取报纸,现在不少小报童已经开始自己骑自行车来取报纸。因为领报纸的时间比平时早晨上学的时间还早,有的小报童赶到现场时还有睡意。

奔走在城市大街小巷的小报童们,吸引了不少市民的关注。不少市民打来电话要给自己的子女报名。截至7月19日下午,百余名报童共售出报纸10000余份。本报咨询电话:2600000,2681791。



万事开头难

一定要加油

解放南路小学 刘炎培

放暑假了,爸爸妈妈为了让我体验生活的艰辛和挣钱的辛苦,于是就为我报名参加了齐鲁晚报“‘英翔视光眼镜’杯非常营销秀”,让我卖报纸来锻炼自己。

第一天,我早早起床和妈妈来到齐鲁晚报的印刷地点,领取了二十份报纸,穿戴上印有“齐鲁晚报”字样的T恤和帽子,我信心百倍地准备大赚一笔。来到街上,看着来来往往的人群,我顿时不知所措,时间一分一秒地过去,我一份报纸也没有卖掉。

“万事开头难,我一定要加油!”我在心里给自己加油鼓劲。随后,我锁定了一位戴眼镜的叔叔:“叔叔,买一份齐鲁晚报吧。”那位叔叔微笑着说:“那就来一份。”卖了第一份,我有了胆量。但是接下来并不顺利,接二连三地被拒绝。在妈妈的鼓励下,我没有气馁,微笑着面对每一个人。终于,所有的报纸都卖完了,数着自己辛苦赚来的钱,心里像吃了蜜一样甜。

“英翔视光眼镜”杯

销量风云榜

(截至7月19日)

姓名	份数	姓名	份数
张力文	370	张 宇	222
温慧杨	350	秦一嘉	220
陈芮绮	332	孙传朔	205
高 天	310	王鑫源	200
张劲海	280	邢益铭	190
刚群超	230	崔佳祺	180
冯金宇	225	刘开元	160
冯金博	225	刘炎培	150
王龙飞	223	孙淇然	150

本报记者 孙婷婷 整理



齐铭杰和王正烨的最后一份报纸预售给了一位取钱的市民,为了把报纸交给对方,两人在银行门口等了20多分钟。

本报记者 马志勇 摄



新宝马X1

巨额优惠、超低利率、神秘大礼。

7月购置新宝马X1,部分车型可尊享巨额现金优惠,还可获赠神秘大礼。  
选择金融贷款购车,最低可享1.99%超低利率。

售后服务 7月暑期档主题,免费畅享电影大餐。  
凡预约进店维修保养均可获赠电影票两张(鲁信影城,省内通用);  
免费检测发动机冷却系统;  
宝马原厂夏日精品服饰,尊享9折优惠。

宝马、MINI授权经销商  
济南万宝行 0531-87508588  
济南市槐荫区二环西路4666号  
宝马城市展厅 0531-68818188  
济南市泺源大街29号圣凯财富广场(索菲特大酒店东行100米路北)



超越期待

全新朗逸即将震撼上市

上海大众全新朗逸8月19日即将震撼上市,这款全能高端中级轿车带来的崭新汽车生活即将开启。全新朗逸凭借硬朗的外观、扎实的做工、越级的舒适体验,无疑将超越消费者的期待,为中国A级车市带来震撼的变革。

2012年北京车展上New Lavida全新朗逸一经闪耀亮相,其硬朗大气的造型便引起了赢得了消费者的关注与热议。造型设计一直是轿车重要的市场竞争因素,决定着消费者对它的第一印象,新华信的一项调查研究就显示,外观细节设计是2012年消费者关注的新焦点。全新朗逸采用了大众集团最新的设计语言,创造性地运用了直线、型面、倒角等元素,营造出一款集硬朗大气与精致格调于一体的车型。

透视全新朗逸的设计语言,它既保持了大众品牌的优秀设计品质,又融入了更多体现现代中国美学的设计元素,上下水平横拉式进气格栅立足于大气稳健,上格栅与两侧大灯巧妙融为一体,整个前脸刚劲有力;侧面造型处理果断而犀利,简洁的面面有效衬托出贯通前后的精准腰线,令车身侧面更显修长动感;尾部设计张力感明显增强,视觉重心亦更加沉稳,而双件式尾灯型面紧凑利落,立体感十足。全新朗逸整体硬朗的造型无不彰显出坚毅的品质,散发出快



意人生的风范。

全新朗逸的上市适逢我国轿车消费者理念成熟、消费升级的时期。就A级车市而言,除了造型这一关键的考量因素之外,可靠的安全系统、贴心实用的科技配置、可媲美B级车的驾乘体验等都已纳入他们的衡量的范畴。全新朗逸精准地洞悉了消费者的需求,通过对外观造型、内饰设计、驾驭感触、随行科技、油耗表现、人性享受、便捷储物、德系安全、安心体验十大方面的完美升级,为消费者带来一款扎实硬朗、越级舒适的全能高端中级轿车。

回溯朗逸的发展历程,我们可以发现朗逸品牌的追求所在。朗逸的英文名Lavida,这个热情洋溢的西班牙语单词,寓意着充满希望的生命和生活,代表了奔放动感的生命力与乐趣横生的生活形态,宣扬了一种从内心深处进发的生命潜质,以及朝着更加美好生活前进的激情和动力。恪守着追求品质生活的信念,朗逸自

2008年上市以来,它仅用2年的时间便问鼎A级车市销量冠军。上市4年朗逸累计销量逼近80万辆,平均每月就有1.6万名消费者选择朗逸。在A级车市,朗逸毫无争议地确立了领航者的地位。如今,全新朗逸即将启程,其扎实硬朗的风范、越级舒适的价值标准势必将精彩地实现朗逸品牌对车主的承诺,并将开创在中级车市的新篇章。

竞争激烈的车市,新车推出层出不穷,全新朗逸在亮相之初便一举斩获唯美汽车设计大奖,更引发了消费者强烈的期待。而随着全新朗逸正式上市的日趋逼近,消费者对它的关注度持续发酵,有如“近车情更切”。相信这款集成了大众汽车最新设计语言的全能高端中级轿车定当不负消费者的期待。

心强自锋芒,8月19日,全新朗逸的带来震撼体验即将开启。  
德州驭达  
销售热线400-0534-818转800  
德州众驰  
销售热线0534-2754222