

首期报童营销秀今日收官

获奖名单明天公布,第二期活动同时开锣

本报威海7月29日讯(记者 刘洁) 在所有小报童十余天的共同努力下,7月30日首期小报童暑期营销秀正式收官,获奖名单将于7月31日正式公布。同时,7月31日,本报第二期营销秀活动将正式开锣。按照营销秀活动规定,第二期活动首日将向所有小报童免费赠送30份报纸,作为个人“创业启动资金”。

首期营销秀活动已近尾声,但所有报童的营销激情不减。特

别是最近几天,小报童营销排行榜“抢金夺银”异常激烈,有机会获奖的小报童纷纷加大了报纸预定量。以首期前14天为例,目前排行榜前六名小报童已经形成了第一集团,地位非常稳固。其中,排名第一的张克,卖报总数已达3100份。第10—18名属于另一个夺奖密集份数段,9个名字之间最大份数差仅为200份。这9人当中,预计会有6人跻身银奖。在今年营销秀活

动中,营销大赛每期产生金奖5名,奖金各500元;银奖10名,奖金各300元;铜奖15名,奖励2013年全年《齐鲁晚报》,并自动成为本报校园通讯社成员。活动结束后,金奖获得者获赠大连两日游,银奖、铜奖获得者可免费游览西霞口动物园。首期营销秀获奖名单将于7月31日正式公布。

首期营销秀活动结束后,第二期活动紧接着7月31日正式开

锣。按照营销秀活动规定,每期活动第一天,本报将赠送所有成员每人30份当天的齐鲁晚报,经过成员营销后收入全部归己,并作为个人“创业启动资金”。之后,成员可以利用“启动资金”以每份报纸0.5元的价格预订次日的齐鲁晚报,如此循环(每日订报份数不得超过300份)。

第二期营销秀活动继续开设利群、大世界、华联、大润发和汽车站

五个取报地点,报名还剩最后一天。活动期间,今日威海将开辟“营销秀”专版,介绍报童每天售报情况,刊登小报童习作,让小报童自己撰写售报经验和体会,本报将择优奖励小报童习作。报名地址:威海市文化东路4号齐鲁晚报威海记者站。各站点报名电话:利群站18606302581、大世界站18663110259、华联站18606302872、大润发18663118991、汽车站18663119916。

营销大赛排行榜(截至7月27日)

排行	姓名	卖报总数(份)
1	张克	3100
2	耿润珠	2782
3	张乐	2780
4	冯蕾	2700
5	张昊威	2680
6	夏嘉伟	2575
7	徐晨昕	1924
8	郭威秀	1880
9	何威东	1770
10	张雪怡	1610
11	王萌怡	1600
12	从心日	1597
13	张贊懿	1590
14	张娟娟	1530
15	完颜瑞恒	1500
16	黄凡	1490
17	张静璇	1460
18	马世纪	1410
19	宋扬	1300
20	王晓琪	1112
21	许好好	1091
22	孙泽坤	1070
23	邹婉	1070
24	田颖杰	994
25	刘景钰	952
26	高嘉蔚	943
27	肖琳玉	943
28	矫宗辰	880
29	李罗	868
30	亓航	855

[注]营销大赛每期产生金奖5名,奖金各500元;银奖10名,奖金各300元;铜奖15名,奖励2013年全年《齐鲁晚报》,并自动成为本报校园通讯社成员。活动结束后,金奖获得者获赠大连两日游,银奖、铜奖获得者可免费游览西霞口动物园。本报记者许君丽整理

祥府家酒,好喝不上头

白酒作为中国古老历史的传承,代表了中国酒文化的传统与经典,吉斯集团利用享誉中外的烟台地产水果资源,在发扬中国传统酿酒技艺基础上,研制出具有专利技术的水果白酒酿造工艺,首开水果发酵蒸馏白酒之先河,诠释了中国水果白酒的新时尚。既有独特浓郁的果香,又有传统白酒的醇厚与舒爽,回味悠长,且不含甲醇和甲醛等有害成分,具有“好喝不上头”的特点,实为倡导健康、引领时尚、激发活力的新一代白酒的上乘之作。

jisi 吉斯集团
烟台吉斯波尔葡萄酒有限公司出品
服务热线:400-658-2211
http://www.gisbelle.com



俺会“省力”

▶由于订的报纸太沉,小报童李天顺(右)每天都用自行车载着报纸到火车站去卖。见习记者 赵辉 摄

▼曹威怡用小车拖着插好的报纸去出售。本报记者 王震 摄



60名小报童免费看《冰川时代4》

本报威海7月29日讯(记者 侯书楠) 28日上午9点半,本报暑期营销秀华联站60名小报童相聚威海联通电影城,免费观看美国3D动画大片《冰川时代4》,赶在国内上映第二天观看此片,让小报童们大呼“过瘾”。

《冰川时代4》是《马达加斯加3》和《勇敢传说》后,今年北美暑期档最后一部动画大片。永远追着松果的小松鼠奎特这次闹出更大事情,一不小心让冰川四分五裂,使得猛犸象曼尼、树懒希德以及剑齿虎迭哥因此和家人、伙伴失散分离,在板块激烈的运动并分裂漂移后,只能使用一块流冰

作为临时的船只,展开一段惊奇的海上大冒险。该片延续了前三部搞笑喜剧风格,尽管故事内容略显低龄,但全片笑点明显多于前三部,不少小报童是笑着看完全场。小松鼠奎特和树懒奶奶成了本片最受瞩目的“明星”,前者不经意间地“卖萌”,令小报童捧腹大笑,而树懒奶奶尽管喜欢自言自语,却总能再关键时刻发挥作用,令大家赞叹不已。

华联站点的部分小报童是联合卖报,本次观影他们也结伴,毕竟是孩子,大家一边吃着爆米花,一边看电影,遇到精彩或者搞笑片段还要私下讨论几

句,大家好不欢乐。而本片也有正面教育意义,前三部分别讲述了友情、爱情和家庭,第四部则提到了子女教育和赡养老人问题。与孩子一同前来看电影的陶女士认为:“与家人分离,让处在青春期的小猛犸象桃子明白了亲情、友情和爱情的真谛,希望我的孩子以后也能健康快乐成长,不会过多为这些事情烦恼。”

小报童耿润珠则对于片中的友情印象尤为深刻,他说:“看到刺猬路易斯不惧对手凶残,站出来要拯救小猛犸象桃子时,我很受感动,真正的友情就是要如此两肋插刀。”