



# 在身边

有一种力量感动你我

潍坊人在上出租车时,看到“和谐车队”四个字,或许都会望身边的的哥的姐一眼,同时觉得可能需要“正襟危坐”一下:以示尊敬并想跟着学点什么。有着“全国创先争优先进基层党组织”称号的和谐车队,似乎有着一一种无形的巨大惯性,潜移默化地影响着人们勤奋工作、互助友爱的习惯。

## 100多份 入队申请书

2009年7月18日下午,在车内挂上党员服务承诺牌不久的陈佰胜驾驶自己的捷达出租车在潍坊城区接上了一位客人。

刚坐在后座上的客人看了一眼面前的党员服务承诺牌,张口便问:“这儿挂着党旗做什么?”陈佰胜说,“这是咱和谐车队的党员示范车!”陈佰胜介绍,党员示范车,就必须是服务最好的出租车之一。

十多分钟后,陈佰胜说完“谢谢!请慢走”的工夫,乘客已经留下了他的名片,报以微笑:“奇好!”

2009年6月份,潍坊奎文区出租汽车服务公司一直在公益活动中活跃的的哥的姐们聚集了起来,取名“和谐车队”,寓意互助友爱、为创建和谐社会尽一分力。一个月后,车队党支部成立。成立的当天,党员车就挂上了党员服务承诺牌,明确写着对每一位乘客做出优质服务的承诺。

“多数乘客与我们交流的时间也就10分钟左右。10分钟,就可以得出评价:一辆出租车的服务优劣、一个城市的形象好坏。”“和谐车队”的哥齐连顺说,挂牌服务就是给他们自己心里设一个“杠杠”:他们是“和谐车队”,他们还是党员。

“和谐车队”副队长苑连英还未成为正式党员。她说,“和谐车队”30位兄弟姐妹,都见不得车子有一点脏。陈佰胜的车子是捷达,很老旧了,可干净得没的说。此外,礼貌用语、文明行车都是被明文要求的,对党员的要求就更高了,乱鸣笛、斑马线不让行等,在队里肯定不会有。如今,加入“和谐车队”成为奎文区出租汽车服务公司内的一种荣耀。公司办公室内,已经有100多份加入和谐车队的申请书,而在“和谐车队”党支部,22位还未成为党员的的哥的姐们,全部递交了入党申请书。

# “和谐车队”: 带着爱心上路

本报记者 张焜



和谐车队展示队旗。(资料片)

## 2. 开出租车不只是养家糊口

2010年春节刚过,艺考来临。“和谐车队”还要继续每年的惯例:免费接送艺考生。艺考刚开始,一则新闻就引起了大伙的注意:菏泽小伙王青春因车祸双腿致残,只能坐在轮椅上参加艺考。

于是,第二天没亮,也没人领头,30辆出租车从潍坊各个地点出发去寻找王青春。百万人口的城区里找一个人,简直是“大海捞针”,可王青春就这么出现了。那时,地上满

是积雪,王青春就坐在路边雪地里的轮椅上。每天按点接送王青春这件事成为全城媒体的焦点。

2009年重阳节期间,和谐车队义务组织奎文区中心敬老院的50多名老人游览了潍坊植物园、白浪河湿地公园,老人们感念不已。也是从那年起,和谐车队队员们先后对奎文区南苑学校的10名贫困学生进行了集体资助。临朐县柳山镇的小女孩羽羽因严重烧

伤住进了医院,和谐车队听说后,主动捐款2000元。春节前,和谐车队又专程送小羽羽一家回老家过年。寒亭区开元街办张氏四村的徐一忠老人,90多岁高龄仍靠卖姜养家,和谐车队队员为其捐款2000元,并送去生活用品。

在车队里有一本“台账”,所有的队员如果发现了乘客遗落的财物,全部在这里记录。开出租车,已经不是养家糊口那么简单。

## 3. 一个车队影响一座城

因为“和谐车队”,队长朱希升经常成为媒体追逐的焦点。

2012年4月份,朱希升、苑连英等人一起到济南看望朋友,与济南一位的哥聊天时,对方问他们知不知道潍坊的“和谐车队”。当得知他们就是和谐车队的成员时,的哥说什么也不肯要出租车

费了。“和谐车队”的影响这么大,让成员们也没有想到。

他们早有了这么一个想法:由车队的8位党员带头带动整个车队,由车队带头带动奎文区出租汽车服务公司——这个潍坊最大的出租车公司里所有的出租车,然后再去带动潍坊市其它的

出租车。让这个城市的爱心延续。在和谐车队党支部的引领带动下,奎文区出租汽车服务公司扶危济困、拾金不昧蔚然成风。据不完全统计,高考、艺考期间共免费接送考生3000多人次,捡到并送还手机等各类物品520多件,总价值60多万元。

## “民生口述史” 邀您讲“幸福”

十年,一个人该有多大变化;五年,一个人该有多少故事。十年的大格局,从十六大到十七大;十年的微生活,从一个幸福走向更多的幸福。为迎接党的十八大胜利召开、贯彻省第十次党代会精神,本报开通“民生口述史”栏目,邀您写下十六大特别是十七大以来那些属于自己的幸福与变化。十年变化太多,我们在其中,我们被影响,我们应该有值得讲述的难忘时刻。

“民生口述史”投稿邮箱 woxinwen@126.com,投稿时请注明姓名、联系方式等。同时读者还可登录齐鲁晚报新浪官方微博 http://weibo.com/qlwb,腾讯官方微博 http://t.qq.com/qlwbwyw 留言互动,我们将择优在报纸上刊登。

## 十年一瞬间 图片说变迁

《拾年》征集图片故事

作为飞速变革大时代中的一分子,我们每个人的个人发展、生活变迁,都会深深打上时代的印记,也许,细心的您都将其定格在一张张或旧或新的照片里。党的十八大即将召开之际,本报推出的摄影专栏《拾年》,面向广大读者征集个人的图片故事。邀您讲述光阴的故事,捡拾丢失的流年。

投稿请用电子版,图片像素尽量高,要求组照,不少于三张。投稿邮箱 woxinwen@126.com。

# 酒中之王-贵州茅台酒股份有限公司名门酒招商

●茅台酒是世界大曲酱香型白酒的鼻祖!  
●茅台与苏格兰威士忌、法国科涅克白兰地一起并称“世界三大名酒”!  
●茅台酒誉满全球,被誉为“世界名酒”“祖国之光”,被誉为“国酒”!  
茅台14次荣获国际金奖,蝉联历届国家名酒评比金奖,远销世界各地,茅台至高无上的“国酒”地位,使茅台酒成了中国白酒的代名词!  
茅台酒连年涨价都在10%以上,1987年,53度茅台酒零售价为每瓶8元;1988年53度茅台为每瓶140元;2005年茅台酒均价为350元;2009年12月均价为790元,2010年茅台酒均价为1300元,2011年12月茅台酒均价为1900元。2010年12月2日,国内拍卖巨头保利推出首场陈年名酒专场,一瓶1958年出厂的五星茅台酒以100万元落槌。

喝茅台成了一种国人身份、地位和品位的象征,茅台的文化底蕴、品牌影响和行行业影响,使茅台成为中国白酒行业当之无愧的“金字招牌”!  
茅台品牌的:  
(1)强大的市场影响力和市场感召力;(2)庞大的企业规模和稳定的企业运营;(3)广阔的市场需求和良好的市场前景;(4)丰厚的利润空间和年年攀升的销售价格;(5)高贵的身份象征和交际形象;(6)在高端酒领域强势的市场竞争力;(7)消费群体强劲的消费能力和价格的不敏感性;(8)可以世袭长传、晋升上流阶层的优势机会……让多少人梦寐以求想成为茅台事业大家庭中的一员!

## 审时度势 顺应潮流 把握机遇 傲立潮头 千亿产业 不落行业 金字招牌 国人之梦 握手茅台 成就伟业!

合作优势:  
1. 品牌优势:世界三大名酒之一,世界大曲酱香型白酒的鼻祖,国内独占行业鳌头,享有中国国酒地位,国家特大型企业,全国白酒行业唯一国家级的企业;  
2. 文化优势:素有中国政治酒、外交酒之称,连续80年获巴拿马万国名酒博览会金奖,80年金牌不倒,更被历任国家领导人推崇;  
3. 渠道优势:提供核心国家领导人推荐;  
4. 品牌优势:提供核心国家领导人推荐;  
5. 品牌优势:提供核心国家领导人推荐;  
6. 品牌优势:提供核心国家领导人推荐;

资格要求:  
1. 热爱茅台民族品牌,自觉维护茅台公司无形资产和知识产权的法律尊严;  
2. 具有较好的社会关系和开发维护能力,具备品牌推广和建设能力,能有效利用公司各项支持政策,在当地市场推广产品,形成消费规模和品牌影响;  
3. 具备基本资金实力,能满足市场运营启动产品资金要求,县市区级总代理单购货20万以上(90箱),地市级总经销/分经销商购货100万以上(500箱);  
4. 具备良好的商业信誉和守法经营法律意识,保证不买卖任何假冒伪劣茅台酒产品,保证遵守公司价格政策并承诺不出现窜货行为。

支持政策:  
1. 提供贵州茅台酒股份有限公司正厂高中低档全系列产品,满足社会各阶层消费者的不同需求;  
2. 提供区域独家经销授权,独家开店经营权,独立管理渠道,独享市场蛋糕,保证独家供货,价格统一;  
3. 提供开店装修、提供广告宣传费、提供促销员工;  
4. 提供产品调换货服务,提供年终返利;  
5. 提供7\*24小时经营指导;

# 曦瓜 茶中之王-“国之瑰宝”大红袍专卖店店主招商

茶,发于神农,闻于鲁周公,兴于唐,盛于宋,国人喝了五千年,并成为中华民族的国饮,了解茶,学泡茶,会喝茶已然成为现代人的时尚,茶,已经成为人们生活和交际的必需品。  
大红袍产区坐落在福建省东北部,方圆60公里,有36峰、99名岩,著名的产地有三坑(慧苑坑、牛栏坑、倒水坑)两涧(九龙涧、流香涧),纯种大红袍产于福建武夷山天心岩九龙窠的峭壁之上,现仅存6棵。  
御用茶王母树大红袍也生长在九龙窠的峭壁之上,已有300余年的历史,年产仅8两,是全球的珍稀优良品种,中国人民保险公司为其承保超亿元巨资保。  
历史上,大红袍就是历代帝王的贡茶,自唐代以来久负盛名,宋代列为皇家贡品,元代为武夷山九曲溪之四曲畔设立御茶园专门采制贡茶,明以来为历代皇室贡品。

建国后,大红袍连续多年获全国乌龙茶类金奖,获首届中国国际茶博会金奖,属国务院、文化部正式下文公布的首批国家级非物质文化遗产名录之一,武夷岩茶(大红袍)制作技艺是手工技艺中唯一制茶工艺,是茶中之王,被誉为“国之瑰宝”。  
大红袍自古以高贵、珍稀、神秘而蜚声中外,一向是中国最贵的茶。  
1998年9月18日,第五届武夷岩茶节拍卖会,20克母树大红袍茶叶拍出15.68万元,创下了中国茶叶拍卖史上的奇迹。  
2002年11月25日,广州茶博会,20克母树大红袍茶叶拍出18万元。  
2005年04月17日,第七届武夷山大红袍茶文化节,20克母树大红袍茶叶拍出20.8万元天价。  
2007年,大红袍绝品作为首份现代茶样品入藏国家博物馆。

## 牵手国之瑰宝大红袍,弘扬中华传统茶文化,顺应时代消费新潮流,创领事业人生新天地!

品牌优势:  
1. 一流品牌:中国名茶,茶中之王,乌龙茶之极品,被誉为“国之瑰宝”;  
2. 一流实力:母树大红袍产权所有企业,国家及省领导深切关注,香港香港集团多家投资公司注资;  
3. 一流设备:拥有2000多亩有机茶园,按国际最先进的GAP体系进行管理;  
4. 一流设备:拥有厂房6800多平方和国内先进的乌龙茶生产线;  
5. 一流团队:拥有国家级制茶师、国家评茶师和高级评茶师等80余位专业技术团队;  
6. 一流产品:五大系列产品适应各层需要,覆盖高中低档,包括清香大红袍系列、传统大红袍系列、陈年大红袍系列、顶级大红袍系列、武夷大红袍系列等近100个产品;  
7. 一流管理:ISO9000质量管理体系,出口食品卫生注册,国家地理标志产品,绿色食品,有机茶,QS认证。

项目优势:  
1. 顾客强烈需求:中国茶叶的杰出代表,身份\地位\品位的象征,高端人群待客之最爱;  
2. 广阔市场前景:日不落行业,需求旺盛,千茶万桐,一世不穷;  
3. 提供全体系高中低档产品、保真、保源、假一赔十;  
4. 提供标准店和旗舰店标准VI及经营授权许可;  
5. 提供优质服务调换货政策,无滞销风险;  
6. 提供全天候7\*24小时保姆式服务,扶上马再送一程;

资格要求:  
1. 热爱中国茶,有志长期致力中国传统茶叶行业;  
2. 热爱高端品牌,希望巩固高端人脉,进行上游交往;  
3. 钟情大红袍,愿意跟随大品牌,进行长期运作;  
4. 拥有良好的商业信誉和较强的社会关系基础;  
5. 具备较强的营销能力、组织能力和交际能力;  
6. 具备一定资金实力,区县标准店首单不低于20万元;地市级旗舰店首单不低于100万元,标准店低档产品单品库存不低于30个,高端产品单品库存不低于5个。