

河南考生上本科机会增多

全省计划招生55万 比去年增8.9% 本科占42.3%

本报讯(记者 刘国润)昨日,省招办发布今年招生计划汇总情况,全省计划招生总数为近55万人,比去年增长8.9%,本科录取比例达到42.3%,所占比例有所提高。所有招生计划中,普通类489703人

(不包括对口升学和专升本计划),比去年增加41371人,增幅约9.3%。其中,本科招生计划为207609人,高职高专282094人,本科录取比例达到42.3%。省招办负责人介绍,今年我省普通高校招生计划中,本科层次所占比例有所提

高,但专科计划仍占了大部分。在本科计划中,普通文科50204人,艺术类文科16983人,体育类文科1163人;普通理科129308人,艺术类理科3923人,体育类理科2083人;艺术文理综合2230人。

从分科数据来看,文科类招生计划为183053人,理科类304397人。今年,全省普通高校毕业生共报考95.9万人。其中普通类考生87.7万人,比去年略有减少;对口生5.05万人,专升本3.18万人。

高考期间天气不错

有点热但不闷 适宜出行应考

本报讯(记者 刘俊礼 实习生 李璐)昨日,记者从省气象台召开的新闻发布会上了解到,高考期间,我省天气不错,无大范围强降雨、雷雨大风、高温等恶劣天气,非常适宜考生出行和应考。

据介绍,高考期间,受华北地区扩散弱冷空气影响,我省大部分地区不会出现35℃以上的高温天气,高考期间气温较适宜。6日到7日,我省以多云天气为主,部分地区有阵性降雨。7日夜到8日,全省大部分地区将有降雨、雷阵雨,其中我省偏南地区局部地区降水较大,可能会对考生的出行带来一定影响。

据气象专家对本市气象资料的分析,高考期间气温虽然较高,但热而不闷。我市具体天气预报为:6日,多云间晴,下午到夜里有时阵雨、雷阵雨,偏南风转偏北风3级,22℃~32℃。7日白天,多云,东南风2~3级,20℃~31℃。7日夜到8日,多云到阴天,有阵雨、雷阵雨,偏东风3级,19℃~29℃。9日,多云转晴,东南风3级,20℃~33℃。

交警服务车招手即停

高考求助热线:69623000、66521111

本报讯(记者 陈思 通讯员 邢红军)昨日,市公安局交警支队“高考爱心服务车队”正式上岗,500辆考生服务车将在高考期间为考生提供各类服务。

高考期间,交警支队将在市区各考点分别安排3名民警执勤,加大对车辆乱鸣笛、乱拉警报等交通违法行为的查处力度,减少噪声对考生的影响;交警“飞鹰小分队”全员上路,引导考生乘坐的车辆;对运送考生和试卷车辆发生的一般交通违法行为,不扣车、不扣证、不罚款、不拖车。

“高考爱心服务车队”每辆警用摩托和警用汽车上都粘着“郑州交警 服务考生”车贴,对考生实行招手即停。另外,每个考点还安排两辆警用摩托巡逻,考生可以向任何一名执勤交警求助。

交警还公布了两部24小时高考求助热线:69623000、66521111。



为方便考生出行,交警九大队民警昨日特意印制了机动车“高考绿色通道通行证”,发放给辖区考生。高考期间,持证送考车辆可以在辖区优先通行,并可在设定的路边临时停车区域停靠。本报记者 丁友明 实习生 徐宗福 摄

河南公安高专 公安专业“告别”高招

军队司法院校等招生安排公布

本报讯(记者 刘国润)今年,河南公安高专公安专业不在普通高招中录取。省招办昨日公布了今年军队、司法、公安院校及普通高校国防生招生工作安排。

报考军队院校和普通高校国防生的须是参加普通高等学校招生全国统一考试的本省应届高中毕业生,未婚,年龄不超过20周岁;身体健康,符合军队院校招生的体检标准;须进行政治考核。

报考中国政法大学、中央司法警官学院和河南司法警官职业学院提前录取专业并达到相应分数线的考生,须通过政审、面试和体能测试,且达到合格者方能参加录取。

报考公安院校和公安现役院校的考生都要实行先政审、面试等,合格者方能参加提前录取。河南公安高专公安专业招录工作执行中央政法委关于公安民警招录培养体制改革政策,不在普通高招中录取。

招聘启事

郑州市规划勘测设计研究院是拥有城市规划、测绘、建筑设计、工程咨询等甲级资质的设计单位。主要承担郑州及周边城市的总体规划、近期规划、城市基础设施规划和城市基础测绘、建筑设计、工程咨询等业务。因发展需要,招聘道路桥梁专业和道路工程专业技术人员共2名,条件为:全日制大学本科以上学历,年龄35周岁以下,高级工程师或从事本专业工程设计10年以上的工程师。(有市

政行业道路工程专业甲级资质设计院工作经历者优先)。报名截止日期为2009年6月30日。

单位地址:郑州市嵩山北路6号

邮编:450052

邮箱:zzghy1984@126.com

传真:0371-67449122

联系电话:0371-67181919 67931361

联系人:邢丽民 屈虹

2009年6月2日

三地九店同告捷

大商河南联动营销首战功成

本报记者 赵羲



近几天,大商集团郑州地区集团的几位负责人都是喜上眉梢。

郑州、开封、许昌,三个地市、九大商场联手启动大规模营销,这在河南尚属首次,声势之浩大,场面之热闹均前所未见,可具体效果如何却是未知。几天后,捷报接踵而至。在大商集团进驻河南3周年大型联动促销中,三地九店一起告捷,销售总额大幅提升,同比提升接近60%。

首战即成功,大商为河南商业的大规模联动营销提供了一个经典案例。

形神兼备诠释九店联动

一篇好的散文要求“形散神不散”,大商此次组织的营销规模如此浩大,自然很容易造成“形散神亦散”的局面。可在大商郑州地区集团的统一调度下,这次活动形神兼备,堪称佳作。

在参与联动营销的9家店中有7个百货商场,大商新玛特郑州金博大店,大商新玛特郑州总店,大商集团紫荆山百货,大商集团正弘国际名店,大商集团开封千盛百货,大商新玛特许昌鸿宝店,还有两个超市,大商新玛特超市二七店和大商超市建设路店。地处三个城市,分属两种业态,想在营销中遥相呼应,优势互补谈何容易?

据悉,在端午节前夕,大商地区集团各店的总经理带队参加了大商集团郑州地区营销协调会,会议由地区集团总裁皇甫立志和地区集团党委书记张根湘主持。这次会议确定了集团3周年联动的相关事宜,一场事关大商河南全局的销售战就此打开。

前几天,无论你去过这9家店的哪一家,相信对“三周年与您共享”这句话都不会陌生,这是他们统一的服务口号。据悉,活动中,9个店铺采用统一的店面形象,统一设计元素的店内氛围布置,统一员工胸贴,统一服务用语,统一的促销活动,统一品牌优惠力度,统一对外宣传等7个大方面的统一,让大商旗下各店整齐地出现在消费者面前,也让此次大商入驻3周年系列活动显得更有力度。

外形统一只是“形”,拥有特色才是“神”。据了解,在此次9店联动促销的活动中,各店在保持步调一致的前提



下,也十分清晰地展现了自己的优势,形成了特色鲜明的营销活动。

端午节期间,大商新玛特郑州金博大店主推200返220的返券活动,同时配合有级数赠和很具金博大店特色的“重磅加返、积分红利卡、大单满额赠”等活动;大商新玛特郑州总店主推100当200花的换券活动,同时配合“礼券满额再赠80,特色氛围活动”大力度的回馈活动;大商集团紫荆山百货在主推折扣的活动中,突出老店的亲情氛围,推出了节日氛围突出的“心意赠礼活动”;大商集团正弘国际名店则着力发挥其一对一服务和一对一营销的优势,策划了很多适合正弘的精细化营销活动。大商开封千盛百货和大商新玛特许昌鸿宝店也与郑州各店的活动形成了互动,同步呈现公共活动,也结合地市的特点,策划了适合当地的营销活动,效果显著;而且,大商在郑州的两个超市第一次打出了“突破价格底线,百余种商品全面5折”的活动,受到了消费者的热烈追捧。

资源共享实现优势升华

这次声势浩大的营销联动,不仅引起了媒体的广泛关注,消费者对“河南大商”的认可程度进一步加深,而且让大商的河南员工深深感受到了“河南大商”这杆旗帜的分量。

在大商内部9店召开的营销协调会上,皇甫立志明确要求:“各店要步调一致,消费者走到哪里感受到的都是河南大商的氛围,我们是一个整体;各具特色的活动各店协调好同时进行,消费者无论在哪家店消费,都是大商郑州地区集团的市场份额。”

活动结束后,一位大商内部人士深有感触地表示,此次各店特色营销活动的策划,完全发挥了集团资源整合的优势,换券、返券、重磅加返、抽奖、大单满额赠、高倍积分、



积分抵值等,之前大商各店在河南运作得已经相当纯熟的营销手段这次进行了重新组合,这些成功的经验在大商郑州地区集团内部快速地流通,尤其是在河南的二线城市被快速地复制和发扬。例如此次活动,开封千盛百货采用了99换200的活动模式,新玛特许昌鸿宝店则采用了200返200的活动方式,高倍积分的作用也因集团联动发挥了最大的作用。团购10000返1000的活动也是各店通用的,形成了各店相互结盟,联合出击的态势,收效颇丰,仅团购这一项就是日常团购销售的4-5倍。“这次联动活动,单店的作用完全融入了集团的影响。”

引领商业全面激活市场

200名顾客大连休闲四日游、50名顾客台湾奢华八日游、最高30倍积分……这些诱人的字眼大大刺激了人们购物的欲望。值金融危机之际,拉动内需乃当务之急,皇甫立志曾在多个场合表示:“大商作为企业公民,肩负着引领市场、拉动内需的责任。”在今年的端午节营销活动中,大商在河南用9店联动的大型促销写了一份完美的答卷。

据介绍,大商河南地区集团年初成立之后,一直尝试让整个集团的稳步发展角度考虑,整合资源,错位营销,更好地让利于消费者,同时抓住不同类型的客层,实现集团整体利益的最大化。之前几次活动的成功举办,让全省9店联动的时机成熟。

有专家表示,在郑州商业市场可以看到,多有单店的大型促销,少见多店联合的规模促销。这次大商的9店联动,可以说为郑州的商业市场提供了一个新的思路,“大商、丹尼斯这样的大型连锁企业当然可以组织集团内的联动,而其他商场也可以主动寻求相邻商场的互动,营造一个更加完善、火爆的购物环境。”

大商来到河南已满三年,三年间,它给河南商界带来

了不少先进的营销模式。例如,2006年的圣诞节,大商新玛特郑州金博大店首次推出联盟营销理念,与建业、交通、海尔以及河南新希望联合举办了一系列联盟活动,三天内创造了5000万元的销售业绩,吸引了近10万客流,打了大商进入河南以来最漂亮的一仗。今年的“五一”营销,大商新玛特郑州总店前拉后延,提前两周启动,节后依然绵延不绝,先后使用了时段营销、联盟营销、文化营销、服务营销等多种模式,推陈出新,激活了郑州商业这池春水,也奠定了自身在业界的地位。

近日,皇甫立志表示:“我相信,大商将和郑州整个城市的发展一道,不懈努力,科学发展,为新时代的到来做出更大的贡献。”大商集团进驻河南3周年大型联动促销活动,可以说是对这句话的一次很好注解。

