

数读
天下

Data scan

联合国：全球范围内
至少25亿人缺少厕所设施8月29日，“福喜事件”涉
案公司高管胡骏等6人被批捕腾讯落实“微信十条”，首
批处置357个违规公众账号

25亿

6

357

反腐

查办腐败案件体制机制
改革拟于明年全面推开

正在河北、浙江、河南、广东、陕西5个省和国务院国资委、商务部、海关总署3个部委进行试点的查办腐败案件体制机制改革，拟于明年全面推开。这是29日来自中央纪委监察部网站的消息。

根据《中共中央关于全面深化改革若干重大问题的决定》，查办腐败案件以上级纪委领导为主，线索处置和案件查办在向同级党委报告的同时必须向上级纪委报告。

■据新华社

中纪委一日公布
3高官“落马”消息

据中央纪委监察部网站29日消息，山西省副省长任润厚、十二届全国人大环境与资源保护委员会副主任委员白恩培（原云南省委书记）、山西省委常委、统战部部长白云（女）涉嫌严重违纪违法，目前正接受组织调查。另据报道，山西吕梁市人大常委会副主任郑明珠8月26日被有关部门带走，同日被带走的还有至少3名知名富豪。

■据新华社

湖南大学校长助理
何益斌被查

本报8月29日讯 据三湘风纪网消息，近日，中共湖南省委教育纪工委对湖南大学党委委员、校长助理何益斌涉嫌严重违纪问题立案调查。

■记者 刘驰

央企负责人薪酬改革方案获审议通过

习近平主持政治局会议 深化招考制度改革实施意见也获通过

中共中央政治局8月29日召开会议，审议通过了《深化党的建设制度改革实施方案》、《中央管理企业负责人薪酬制度改革方案》、《关于合理确定并严格规范中央企业负责人履职待遇、业务支出的意见》、《关于深化考试招生制度改革的实施意见》。中共中央总书记习近平主持会议。

科学、民主、依法行政

会议指出，要紧紧围绕提高党科学执政、民主执政、依法行政水平深化党的建设

制度改革，更好团结带领全国各族人民实现“两个一百年”奋斗目标、实现中华民族伟大复兴的中国梦。

严禁按职务定额消费

会议指出，要按照依法依规、廉洁节俭、规范透明的原则，对中央企业负责人公务用车、办公用房、培训、业务招待、国内差旅、因公临时出国（境）、通信等设置上限标准，明确禁止性规定，进行严格规范。要严肃财经纪律，严禁公款用于个人支出。严禁企业按

照职务为企业负责人个人设置定额的消费。取缔企业用公款为负责人办理的理疗保健、运动健身和会所、俱乐部会员、高尔夫等各种消费卡。严禁用公款支付企业负责人履行工作职责以外的、应当由个人承担的消费娱乐活动、宴请、礼品及培训等各种费用，坚决制止与企业经营管理无关的各种消费行为。

提高中西部高考录取率

会议指出，考试招生制度关系每一个家庭的切身利益，

关系亿万青少年学生前途命运。要改进招生计划分配方式，提高中西部地区和人口大省高考录取率，增加农村学生上重点高校人数，完善中小学招生办法破解择校难题。要改革考试形式和内容，完善高中学业水平考试，规范高中学生综合素质评价，深化高考考试内容改革。要改革招生录取机制，减少和规范考试加分，完善和规范自主招生，完善高校招生选拔机制，改进录取方式，拓宽社会成员终身学习通道。

■据新华社

法制

“海外追赃第一案”开审
追缴贪官李华波3000万元

潜逃新加坡并获永久居住权的江西省鄱阳县财政局经济建设股原股长李华波在缺席的情况下受审——江西上饶市中级人民法院29日开庭审理没收其违法所得一案。

这是我国修订刑事诉讼法后“海外追赃第一案”，

李华波因此而成为我国首个被没收违法所得的外逃贪官。

检察机关指出，犯罪嫌疑人李华波涉嫌贪污犯罪，逃匿一年后不能到案，依法提请法院对其违法所得2953万元及其他涉案财产予以追缴。其违法所得共

计18项，其中前16项均为新加坡方面在调查过程中查获的违法所得资产，包括其在新加坡的现金、银行支票、购置的房产等。李华波在境内的一辆汽车和名下位于鄱阳县的一套房产也被当地检察机关扣押查封。

■据新华社

禁令

教育部：收微信
红包等将受监督

针对中秋节、国庆节、教师节及开学前后可能出现的“送礼风”，教育部29日发出通知，重申了对教师违规收受学生及家长礼品礼金等行为的“6条禁令”，同时，将利用电子商务提供微信红包、电子礼品预付卡等新现象纳入监督范围。

■据新华社

汽车营销进入“接地气”时代

这个夏天，韩寒的《后会无期》大热，粉丝们纷纷掏钱进电影院。而赞助该影片的大众cross polo 在影片中载着两位男主角上演了一段“公路大片”，也获得了不少小伙伴点赞。

Polo 与韩寒的成功，无疑是捉准了年轻消费者心思，做“接地气”营销的结果。当前国内汽车市场中，80后已成为消费主力军。为了博得他们欢心，汽车品牌的营销模式已逐渐发生转变。从 polo 邀请韩寒担任代言人，北京现代 IX25 邀请“来自星星的都教授”金秀贤担任代言人，到东风日产天籁品牌邀请“黄教主”黄晓明作为代言人，可见，汽车品牌代言人的选择已经明显以年轻人为主导。

除了代言人的使用根据年轻消费者的喜好而选定之外，汽车品牌近年也多了很多“接地气”的营销方式。以东风日产天籁品牌为例，天籁不但与代言人合作拍摄微电影《宽容世界》，赞助《我是歌手》、《豪门盛宴》等娱乐体育节目，最近更以“天籁帮你偷懒”话题引起大众关注。

说到“接地气”，天籁的“偷



懒”话题营销非常值得一提。“偷懒”这个词，带有负面色彩，但是天籁却化腐朽为神奇，从中巧妙地提取出正面元素，加以运用，引起消费者共鸣和肯定。

人们都会趋利避害，偷懒更是人们甩不掉的“恶习”。但也因为这个“恶习”，推动了人类科技的发展。人们希望“偷懒”不走路就能很快到很远的地方，于是，我们有了汽车。而随着“偷懒升级”，越来越多汽车配置被发明创造。天

籁品牌正是利用其拥有的先进技术和舒适乘坐优势，提出“天籁帮你偷懒”这一话题，并以此作为营销原点加以运用。由此，“偷懒”这个过去不被待见的词语，马上变得萌萌哒。

说实在的，谁没有偷懒的时候，在如今的新生代年轻消费者心中，更是认为“小懒怡情”，可见天籁以此作为炒作话题是非常“接地气”，非常容易引起年轻消费者共鸣的。

而在营销话题与品牌产品契合方面，天籁也极具创意，让每一个“偷懒的理由”在天籁身上都能找到一个相对应的科技配置。过弯懒，不想紧张兮兮，新天籁有梯形独立控制臂和 ATC 主动循迹控制系统，帮助车主轻松精准过弯；身体懒，天籁有零重力健康乘坐系统，让车主腰背劳累程度比同级车降低 67%；眼睛懒，新天籁有 3D 平视信息显示系统，使车主眼睛紧张程度比

同级车降低 50%……如此一来，通过与“偷懒”话题结合，天籁的技术配置得到了生动好玩的讲解，也让消费者很容易记住该项配置的功能。

天籁利用“偷懒”话题进行营销并不算新的营销方式，话题营销在汽车品牌中使用非常普遍，但是话题大部分是“高大上”的，要不结合明星炒作话题，要不结合社会事件炒作话题，例如之前的世界杯营销。而像天籁这样创造一个趣味性话题的案例比较少，因为这种营销方式对厂家是否能够捉准消费者心思有着更高的要求，一个不“接地气”的话题，是很难走进消费者心里的。

“天籁帮你偷懒”，话题不枯燥，有趣味，可见天籁对消费者的心理研究得非常到位。从目前汽车品牌越来越重视 80 后消费者一事来看，可以预见未来国内的汽车营销将越来越“接地气”。而在“爆炸性”话题营销方面，东风日产天籁又领先了一步。

