

松江区持续推进扫黑除恶专项斗争

“督导下沉” 彻查深挖线索

扫黑除恶专项斗争

举报电话：**021-52397077**
邮政信箱：**上海市A002号邮政信箱**

晨报记者 吴艺璇

扫黑除恶斗争开展以来,松江区紧盯群众反映强烈的重点领域,持续排摸整治,对涉黑涉恶势力坚决依法打击。

中央督导组进驻上海以来,在前期打掉 13 类尚未形成恶势力的违法犯罪团伙 98 个的基础上,松江警方又立案查处涉恶嫌疑团伙 12 个,依法刑事拘留 95 名犯罪嫌疑人。针对涉黑涉恶腐败问题,区纪委监委目前共办理问题线索 38 件、立案 28 起。

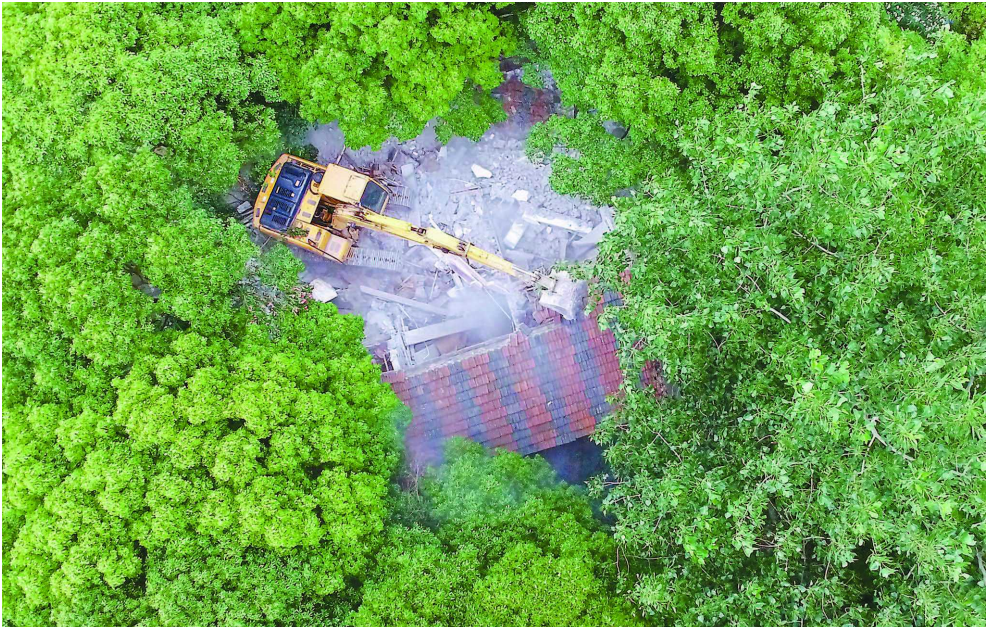
对标中央要求立行立改

日前,上海市公安局松江分局接到区纪委监委线索,有多人采用伪造租赁合同等方式,大规模冒领动迁赔偿款。通过前期侦查,办案民警在中央扫黑除恶第 16 督导组

的指导下,兵分多路,对涉案的犯罪嫌疑人实施抓捕,目前共抓获 22 名犯罪嫌疑人。

中央扫黑除恶第 16 督导组下沉松江开展督导检查,松江对标对表中央部署要求,根据立行立改工作方案,分析研究了本区在推进扫黑除恶专项斗争中的短板弱项和针对措施,加快对本地重大案件和群众关注度高、社会影响大但进展缓慢的黑恶积案的集中攻坚,集中收网,充分发挥政法部门和行业主管部门职能作用,协同联动,深挖线索。各部门联动机制加上区纪委的下沉式监管,让涉黑涉恶势力无处遁形。

“督导组来的时候立案数为零,之后我们加大了对问题线索的排摸,进一步深挖彻查。”据松江区纪委相关负责人介绍,松江区再次梳理群众举报线索,核查已查否的线索,对涉黑涉恶人员参与的民事



6月13日上午9点,位于永丰街道的强琪影视庄园内的违建别墅开始被拆除。这是永丰街道为深入开展“有黑扫黑,有恶除恶,有乱治乱”专项斗争而打出的又一记重拳,也切实落实了最严格的耕地保护制度。 /松江区政法委

行政诉讼案件、近年打掉的涉黑涉恶案件、以及纪检监察机关已给予处理的案件“大起底”。

针对涉黑涉恶腐败问题,区纪委监委目前共办理问题线索 38 件、立案 28 起。

涉及群众利益优先办理

扫黑除恶专项斗争开展以来,松江区紧盯群众反映强烈的工程建设、扶贫帮困、集体资产等领域,比如建立工程市场诚信“黑名单”制度,制定集体资产租赁管理办法等。

扫黑除恶专项斗争的实质是反腐败工作向基层的延伸,扫黑除恶重点在基层。扫黑除恶专项斗争开

展以来,区纪委监委以查处涉黑涉恶腐败和“保护伞”为着力点和落脚点,凡是涉及侵害群众利益的问题,优先办理,跟踪督办,涉及人员无论级别高低,都予以严肃查处。

此外,松江区积极创建了 200 个“党支部建设示范点”、“党支部书记示范岗”,整顿软弱涣散居村党组织 1 个,排查“村霸”2 人;九部门联审 3632 个村居两委人选,处理发现问题 17 人,其中开除党籍、撤销职务等 8 人。

在深化群防群治守护网建设方面,松江区共有 15 万名平安志愿者、3763 名治安信息员、3218 名综合管理辅助人员参与群防群治工作,成为扫黑除恶专项斗争的中坚力量。

敲诈工地收保护费 警方呼吁积极举报

晨报记者吴艺璇报道 以入股方式要求建筑工地负责人“分红”,被拒绝后以破坏工地管道等方式,胁迫其合作,索要“保护费”。近日,警方捣毁这一敲诈勒索犯罪团伙,抓获犯罪嫌疑人孙某武、沈某、徐某、荣某 4 人。警方发现,该犯罪团伙自 2017 年窜至松江以来,曾以类似方式敲诈勒索其他施工工地。目前警方已获得多起案件线索,在此呼吁更多知情者积极举报。举报电话:021-67962623,18930815491 沈警官。

泸州老窖端午节活动热度不减,联袂父亲节打造浓情双节促销

随着 2019 年端午节的结束,大部分品牌的节日节点营销战也纷纷偃旗息鼓。然而,在众多节日促销活动中,泸州老窖于 5 月 20 日启动的“粽情享好礼——泸州老窖·过节的味道”端午节购物狂欢活动却依然热度不减,并借助 6 月 16 日的父亲节,双节联合,再度掀起了一次充满酒香和温情的节日营销热潮。

其中最值得关注的,是泸州老窖在 6 月 1 日、6 月 4 日、6 月 5 日和 6 月 7 日分别投放的朋友圈广告。这批朋友圈广告覆盖多个省份,直接触达 400 万消费者。一时间,“泸州老窖绿”刷爆朋友圈,助力泸州老窖在这次节日节点营销大战中成功突围。

三大单品 X 多重好礼, 破局传统营销痛点

对于大部分消费者来说,品牌节日促销的优惠力度和参加活动产品阵容是最具有吸引力的两个关注点,这次泸州老窖端午促销活动,准确把握消费者心理,针对传统节日营销的“套路化”这一痛点,专门制定了促销活动规则,成功从品牌节日促销大潮中脱颖而出。

“粽情享好礼——泸州老窖·过节的味道”端午节购物狂欢活动期间,泸州老窖旗下三款“明星”单品纷纷亮相,三款产品各具特色:泸州老窖特曲“醇香浓郁、清冽甘爽、饮后尤香、回味悠长”;百年泸州老窖窖龄酒酒体和谐,醇正舒适,回味悠长;泸州老窖头曲则兼具“浓香、醇和、甜润、回味”四大风韵。三款不同风格、不同价格区间的产品既满足了不同消费者的需求,又为消



适度饮酒

费者带来了多样的“节日味道”。

本次活动作为泸州老窖倾力打造的“节日促销系列活动”之一,还延续了泸州老窖年货节的多重好礼:消费者于活动期间在全国各大商场、超市、名烟名酒行、泸州老窖连锁专卖店等购买泸州老窖指定产品,都可获得各渠道专属促销奖励。另外,消费者在购买泸州老窖指定产品并完成信息登记后,还有机会获得泸州老窖提供的价值 5999 元专属旅游大奖。在“过节的味道”系列活动中,已有多批年货节期间中奖的用户前往泸州,探秘国宝窖池,

体验了泸州老窖的独特魅力。

4 波广告刷屏朋友圈, 线上强曝光助力活动突围

其中最值得关注的,是泸州老窖在 6 月 1 日至 6 月 7 日,在 5 个省份及 1 个直辖市,共 6 个白酒重点销售区域投放的朋友圈广告。一时间,“泸州老窖绿”刷爆朋友圈,助力泸州老窖在这次节日节点营销大战中成功突围。

此外,泸州老窖官方公众号和泸州老窖官方微博也同步上线微博

转发抽奖、微信有奖助力、小程序抽奖等不同形式的有奖活动,同样激发了粉丝们的高度热情。其中,“端午聚餐,老窖请酒!”活动的 108 瓶奖品酒,在短短 30 分钟内就已经被幸运消费者抽取一空。这些线上活动,也为泸州老窖的端午促销狂欢增添了热度。

双节联手, 打造温情品牌促销

“粽情享好礼——泸州老窖·过节的味道”活动不仅覆盖了 6 月

7 日的端午节,也覆盖了 6 月 16 日的父亲节。近日,泸州老窖将双节联手,创意性地绘制了“无用的爸爸”漫画。漫画描绘了“儿子”在成长过程中,“父亲”的“无用”瞬间,最终回归到“父亲的‘无用’”实际上是在帮助子女成长,父亲节时,最好的礼物是陪父亲喝一杯”这一主题上。截至目前,这条漫画已经由多个公众号发布,阅读量已经超过 60 万人次。与这条漫画产生共鸣的许多消费者纷纷在泸州老窖线上平台留言,感谢泸州老窖带来的温情与感动。

这次充满创意的营销动作,让许多消费者刷新了对泸州老窖品牌的认知,泸州老窖并没有以自身品牌为主,而是从用户角度出发,用品牌关联他们生活中的真实场景,唤起消费者脑海中的温情记忆,从而使这次活动从众多情感营销中脱颖而出,同时也塑造了一个有温度的品牌形象,潜移默化中提升了品牌及本次活动在受众心中的好感度。

一场好的营销必然是一次深刻的社会洞察,尤其是对于白酒这一与生活息息相关的品类。众所周知,泸州老窖传统酿制技艺至今已传承 23 代、690 余年,是中国非物质文化遗产。近年来,泸州老窖始终坚持“文化战略”,打好“文化牌”,以传播优秀传统文化为己任,相继打造了封藏大典、高粱红了、国际诗酒文化大会等系列活动。而本次泸州老窖端午节促销活动结合传统节日和现代节日,有机融合优惠、好运、团圆、父子关系等多个主题,成功打造了一次充满酒香和温情的节日节点促销活动,也为泸州老窖节日系列活动这一 IP 的树立再添一份助力。(广告)