

“珍宝俱乐部”热闹开场

7月28、29日,明湖珠宝城内,随着近千件时间跨度达3000年的山东民间收藏精品亮相,以及惠及省内寒门学子的《齐鲁晚报》张刚大篷车“梦想快车”活动的正式启动,齐鲁晚报·都市消费“珍宝俱乐部”首次活动在明湖珠宝城正式拉开帷幕,现场人头攒动,名流云集,好不热闹!

千年珍品 一朝汇聚

由齐鲁晚报·都市消费“珍宝俱乐部”主办的首次俱乐部活动,上周末两天在明湖珠宝城火爆举行。活动期间,名家汇聚,珍品云集。很多读者在第一时间看到报道后,纷纷打来热线报名参加活动,而在周末两天的珍品展上,全省收藏爱好者亲眼目睹了“青铜如意瓶”的首次亮相,以及知名收藏家左建华老师丰富的全国粮票收藏。

在票证展厅里,左建华老师面对满屋慕名而来的收藏爱好者讲起他的粮票、钱币、鼻烟壶来,真是如数家珍,津津乐道。一套西藏地区全套粮票已经让参观者惊叹不已,而面对29省市的全套粮票,时间跨度从上世纪六十年代到九十年代,套系之全、品相之美,国内罕见。

在青铜器、古钱币展厅内,齐刀币、王莽新朝钱、青铜鼎、春秋青铜戈等两千年前青铜珍品悉数

亮相,在珍宝俱乐部的努力下,全省范围内的民间收藏家集体行动起来,把珍宝奉献出来,展现在泉城收藏爱好者面前。

慈善义举 比德如玉

古人认为玉有“仁、义、智、勇、洁”五种高尚的品德,因而常拿玉来比喻君子。7月28日,明湖珠宝城举行“百余件珠宝无底价拍卖慈善义捐活动”,拍卖所得的善款将全部用于帮助报名《齐鲁晚报》张刚大篷车“梦想快车”活动的寒门学子,体现了如玉的品德。张刚大篷车的记者将深入百个社区,探访百个困难家庭的孩子,为其送上价值千元的丛书、点读机等孩子需要的学习用品或助学基金。此次义拍由明湖珠宝城联合山东银典拍卖有限公司发起,可以说,一件珠宝就代表一份爱心,在拍卖会启动时,明湖珠宝城一层大厅内已是座无虚席。随着几件精品珠宝陆续登场,活动不断被推向高潮,多个竞拍者围绕不同的拍品不断竞价的场面轮番上演。

一位在义拍会上出手大方的私企老板对记者说:“穷困家庭的学子是一个急需帮助的群体,帮助他们圆梦、快乐成长,是全社会的共同责任,需要社会各界的共同努力和付出。”

乐语通讯:6月手机销售排行榜出炉 互联网手机表现不俗

乐语发布了6月手机销量排行榜。从榜单来看,手机市场整体表现稳定,iPhone4S重登榜首,互联网手机表现不俗。

排名	品牌	型号
1	苹果	iPhone 4S(16G)
2	HTC	T328W
3	联想	A65
4	华为	C8812
5	酷派	7260
6	苹果	iPhone 4(8G)
7	三星	S5830
8	酷派	7019
9	天语	W806
10	三星	S5360
11	天语	W619
12	联想	A336T
13	小米	MI ONE PLUS
14	联想	P700
15	海信	U8
16	联想	A750
17	HTC	T328D
18	三星	I9229
19	三星	I9100
20	联想	A520

与5月相比,本月手机市场销售没有太大波动。国外品牌表现优秀,苹果2款机型、三星4款机型和HTC2款机型登上榜单。国产品牌表现可圈可点,共有12款机型上榜。iPhone4S再次登上榜首,而上月冠军联想A65则下滑至第三。

本次榜单的一个亮点是天语的“大黄蜂”W806和“小黄蜂”W619,分别占据榜单第9和第11的位置。这两款手机

由阿里巴巴与天语合作生产,搭载基于安卓系统开发的阿里云2012操作系统,提供云存储和阿里巴巴网络服务,是近期关注度极高的互联网手机的代表。最近一段时间,百度、盛大、360等互联网企业纷纷进入智能手机行业,一时间硝烟四起,混战方兴未艾。

乐语中国高级副总裁赵建认为,互联网厂商进入手机领域,看重的是未来广阔的移动互联网市场。希望通过推广价格低廉的“互联网手机”控制移动互联网人口和数据流向,然后通过广告、应用和服务盈利。这一模式将对传统手机行业形成一定影响,手机的生产、制造、营销、销售、应用都将打上深刻的互联网烙印。业内人士分析,智能机普及潮流来临,手机市场竞争激烈,国产机通过与运营商合作推出合约机型(特别是千元智能机),抢占了一部分市场份额。但随着国际大牌如摩托罗拉、三星开始聚焦中低端机型市场,推出多款低价机型后,国产品牌的价格优势不再明显。而互联网手机的出现反映了国产品牌除了尽力保持高性价比,尝试提供差异化服务,开始谋求新的发展道路。

乐语表示,六月各品牌销量没有太大波动,但7月是暑期的销售旺季,将迎来学生购机热潮。届时,性价比高的时尚手机会受学生群体的欢迎,可能会有更好的销售表现。而互联网手机又为市场注入了一股新力量,下月手机市场会有怎样表现?我们一起期待。

节能补贴推新能源消费

海尔太阳能品质领先成节能首选

节能补贴新政和阶梯电价政策先后实行,节能家电消费趋势凸显,尤其是在洗浴需求旺盛的夏季时节,清洁能源产业太阳能热水器受到越来越多消费者关注。其中,全球热水解决专家海尔热水器推出的真空管太阳能热水器及平板太阳能热水器以全新使用体验获得消费者一致肯定,成为家庭节能洗浴的首选。

“一直想买一台太阳能热水器,使用省电还方便。”家住济南的林先生表示,太阳能热水器不但环保省电,现在购买还能享受国家节能补贴。在肯定太阳能热水器的优点后,经过反复对比,林先生最终选择了一款海尔太阳能热水器。

显然,海尔太阳能热水器的卓越品质是吸引林先生选购的关键原因。据了解,海尔太阳能热水器采用独创高压横式发泡技术配合“聚热环”,并整合海尔冰箱28年的发泡保温经验,将保温效果提升了25%。真空管更是采用国际先进三靶镀膜,膜层质量稳定,集热效果明显,相对于普通太阳能抗冲击性能差、易炸裂、不耐寒的真空管,海尔太阳能的集热和保温效果最佳。

卖场销售人员表示,海尔太阳能受欢迎不只是可以享受节能补贴,更重要的是消费者更看重品牌效应。对此,业内人士也指出太阳能品牌自身科技创新实力的提升所带来的体验升级,也是太阳能热水器在今夏市场上表现抢眼的重要原因之一。

易碎、保温性能差、散热快一直以来都是困扰太阳能行业发展的难题。海尔太阳能依托海尔集团优势,解决各类难题,并为消费者带来舒适、低碳的洗浴体验。海尔太阳能针对太阳能散热最为严重的部位,通过采用独创的“聚热环”技术,克服了水箱与真空管衔接处热量易流失的问题。

除了在真空管太阳能领域表现突出外,海尔太阳能作为平板太阳能的领军品牌,为解决城市高层住宅安装太阳能的限制,研发的平板太阳能可将平板集热器安装在阳台上,打破了高层住宅楼的安装限制,高强度钢化玻璃使平板集热器可承受1.2吨汽车的重压,可抗冰雹、抗冻、抗风沙等极端天气。

卓越的产品品质使其不仅获得国内消费者及权威机构认可,还让海尔成为海外消费者重点选购品牌。在印度,海尔热水器进入印度市场仅两年时间,品牌认知度就达到79%,仅次于当地品牌,位居第二位;购买意向为24%,位居第三。在德国,海尔太阳能热水器甚至被用户作为重要礼物馈赠友人,充分彰显出强大的品牌竞争力。(辛闻)

慈善之光,点亮伦敦

——欧米茄鼎力支持国际奥比斯眼科飞行医院

伦敦时间7月29日下午,欧米茄在位于伦敦苏豪区的欧米茄专属会所放映了欧米茄与国际奥比斯组织合作拍摄的一部纪录片《明亮双眸》。国际奥比斯组织主席罗伯特·沃尔特斯博士、欧米茄全球总裁欧科华先生以及残奥会巨星、大英帝国员佐勋章获得者珍妮丝·伯顿女士莅临现场,并就奥比斯的使命展开座谈。

国际奥比斯组织组织是一个非营利机构,致力于为偏远地区的眼疾患者提供高水准的医疗服务。欧米茄于2011年初开始与国际奥比斯组织合作,支持其眼科飞行医院的伟大使命。

《明亮双眸》记录了欧米茄名人大使、国际著名影星丹尼尔·克雷格与奥比斯专业医疗团队的蒙古国之行。在那里,他亲眼见证了国际奥比斯组织的眼科手术令失明儿童重获光明,为他们的生活带来改变。

欧米茄全球总裁欧科华表示,每一位观看过这部影片的人都会想以自己的方式为这项事业贡献一份力量,而欧米茄也为拍摄了这部影片而深感自豪。欧米茄承诺将为国际奥比斯组织捐赠至少100万美元。

微信欲当微博终结者

打造首档手机文字语音互动节目

英特尔® 超极本™与腾讯共同构思并打造的“超极星播客”节目,不但是微信首次商业化后推出的第一档综合类节目,而且是国内一档基于移动互联网端的手机语音播报节目,令人不禁对雾里看花的互联网发展前路浮想联翩。

“超极星播客”从7月27日伦敦奥运开幕式开始至8月12日奥运结束,特邀专家董璐、名嘴孟非,评述奥运这一社会热点话题,与用户实现端对端的互动。腾讯微信用户只需通过手机摄像头扫描画面中的二维码,或添加微信用户“超极星播客”(ID:Star-broadcasting)即可收听该节目,第一时间分享伦敦奥运火热的运动激情。



茅台白金酱酒:唤醒尘封的饮酒文化

谁也没想到葛优最新代言的贵州茅台白金酱酒广告,掀起了关于“中国人该如何喝酒”的轩然大波。酒要“小杯喝,(才)更讲究”,这一理念目前正走向白酒消费市场。带着对中国当前餐桌饮酒文化的深刻反思,茅台白金酱酒走出了一条堪称“讲究”的道路:不但选代名人要讲究,更倡导讲究的喝酒方式。

小杯喝,杯子小,讲究大——要说喝酒,还真是一种讲究。中华民族历史文化的长河,悠远辉煌。中国的酒文化更是如涓涓细流,久远璀璨。酒是中国古代上流社会关于未来生活的规范和向往,其核心在于体现饮酒的美感,不仅是身份的象征,更是一种体现艺术品位的行径,因此,对于饮酒要求就规定的非常明确。

首先,酒器得讲究。酒器决定了阶层,更决定了艺术品位。酒器越精致,越小,则代表的阶层和身份就越高。贵族的酒器造型精致,极具艺术性,不仅是盛酒之用,也是艺术饰品。其次,喝酒要讲究文明。节制是文明饮酒的主要标志。因此古人饮酒,倡导“温克”,即是

说虽然多饮,也要能自持,要保证不失言、不失态。

再看看如今的酒桌大场面,豪饮,喝倒一片……结果呢?伤身、动武、粗口……太伤大雅!而茅台白金酱酒所倡导的“白金酱酒,小杯喝,更讲究”的“讲究文化”,彻底颠覆了当前豪饮的喝酒习惯,让喝酒方式更讲究,重建文明的饮酒习惯。

健康喝,面子多,更讲究——酒是属于男人的刚性读本,无数的古诗词中写出了饮酒与男性雄风的相互映衬。在现代,白酒更是与男人有了最直接的关联,饮酒关乎男人度量、胆量、雅量等等——当这样的联系被不断放大时,酒又成了男人最离奇的误读。

茅台白金酱酒,回归了传统的饮酒习俗,颠覆了当今大杯豪饮的喝酒风气。用小杯饮——对自己,不但举止优雅,而且更健康,让整个饮酒环境变得更和谐,更健康。小杯,让饮酒人更放松。这也是茅台白金酱酒传递给消费者的重要信息。正如代言人葛优先生讲的:是茅台白金酱酒,颠覆了当今中国饮酒文化,倡导更健康,更人文的生活方式,这一点也不为过!

责任央企 服务山东

国华印象8月5日盛大开盘



国华印象

奥体中心与高新区双核交会

国华印象位于济南市高新区奥体中心东侧,经十东路以北,凤凰路以西,地处奥体、高新两大板块交会地段。奥体板块拥有第十一届全运会的举办场地奥体中心,济南市的政务中心龙奥大厦;高新板块拥有济南国际会展中心、国家级齐鲁软件园、山东大学齐鲁软件学院等机构。经十东路是济南城市发展的主动脉,随着济南市“东拓”战略的步步推进,经十东路沿线会集了市政务中心、奥体中心、省博物馆、省立医院、省高院等众多省级行政、文化单位,具有浓郁的时代气息。

国华印象整体占地约17.69公顷,总建筑面积约34万平方米,容积率为1.6,绿化率达35%以上。最大的特点就是依山而建,沿大山山坡山体公园,由西向东层层退台,与自然融为环境融为一体,视线广阔、环境优美,多个点式水景分布各处,真正达到移步换景的效果,使客户在闲暇之余丰富生活情趣。小区产品丰富,别墅、宽景洋房、高层产品种类齐全,多种户型选择,充分满足不同客户的多样化需求。为高新区

精英人士打造舒适的居住空间。

国华印象内部配套齐全,位于入口处的商业楼,包含社区商业、银行、医疗、超市、游泳池等配套设施。内部规划了幼儿园、小学一站式品牌教育,为孩子们提供更为广阔的成长空间。同时还配备了高档会所、国际标准游泳池、中心商业区,满足了业主的各种商务、休闲、生活需求。

8月5日盛大开盘

高层住宅6800元/m²起,火爆认筹仅剩两天

国华印象高层住宅将于8月5日在喜来登大酒店盛大开盘,起价6800元/m²。火爆认筹仅剩两天。本次认筹期间,成功交纳3万元认筹金的客户,在选房时可享受3万元认筹金冲抵5万元购房款的优惠。

8月5日开盘当日购房客户再享双重大礼:第一重:开盘当日购房客户,可享一次性付款10000元,按揭付款5000元的总房款优惠!第二重:开盘当日购房客户,可参与抽奖活动,最高还可再享10000元的总房款优惠!最后机会,欲购从速!