

双节绘

双节假期长,结婚好日子

12对新入同日同酒店办婚宴

本报记者 司路清

今年中秋与国庆正巧叠加,这个“超级假期”自然成为新人们扎堆办喜事的时节。

7日,记者走访多家婚庆公司和酒店了解到,很多店半年前“十一”档期就已经排满,而市区一家酒店,在国庆节当天,就有12对新入扎堆办婚宴。

今年国庆档期婚庆年初就已订完

爱旗婚礼策划总监孙女士说,整个国庆假期,他们共承办了18对新人的婚礼。其中,仅国庆节当天,就有6对新人在他们的帮助下喜结连理。

“国庆的前一天是中秋,我们的工作人员都没有休息,一直在外布置婚礼现场,忙到了凌晨三点,回到单位休息了一个小时,接着就准备布置国庆当天结婚的婚车。”孙女士说。

“每场婚礼都必须有一个全程策划人,有的还跟有牧师、摄影师、灯光师,大的婚礼需要十来个工作人员,小点的婚礼也需要四五个工作人员,经常忙得没时间吃饭。”孙女士介绍。

“今年国庆的婚礼,我们在2012年元旦的时候就已经预订满了。而现在已经有人陆陆续续预订明年的,已经预订了60

余场。”

双节八天假期 每天五六场婚宴

7日中午,在东港区某酒店门口,有两对新人正在迎接前来参加婚礼的亲朋好友。酒店内外,鞭炮声,嘈杂声,热闹非凡。

据其中一对新人介绍,之所以选择国庆结婚,主要是因为国庆期间,日子喜庆,而且亲朋好友的时间也宽裕。

承办喜宴的聚顺德大酒店工作人员申倩说,国庆长假期间,他们酒店的婚宴早在三个月之前就已经被预订得满满当

当,最多的时候一天承办了12对新人的婚宴。

“每年国庆结婚的人都很多,今年尤其多。因为国庆节第一天恰逢农历八月十六,是人们传统认为是结婚的‘大好日子’,很多新人都希望在这天办婚礼,仅这一天我们就承办了12对新人的婚宴。”申倩介绍,长假剩余的几天,他们每天也至少5、6场婚宴。

“如果想在十一期间办婚礼,最好是提前半年预订,因为预定酒店,不仅要考虑菜品,酒店位置,还要考虑消费群体。”雅禾国际大酒店的梁女士说,“现在就已经有人咨询2013年婚宴的预订了。”

日照迎客近200万 旅游吸金5.83亿元

本报10月7日讯(记者 王超) 7日是假期最后一天,记者从日照市旅游局获悉,今年中秋节、国庆节假期日照市共接待游客193.7万人次,实现旅游收入5.83亿元,分别比去年同期增长25.3%和38.5%。

今年双节是七座以下小型客车免收通行费政策实施后的第一个假期。日照市旅游局也借势推出“十一”黄金周自驾游旅游新干线产品,取得不错的效果。

“今年游客在选择线路、安排行程时更加理性,由以往单纯观光、“到此一游”的做法,改变为以体验生活、了解风俗、休闲度假为主要目的的休闲度假游。一日游客人减少,二日、三日游客人增加和很多。”日照一旅行社工作人员说。

自助游、自驾游大幅升温。各景区自驾游车辆明显增多,日照海滨国家森林公园每天入

园自驾游车辆达1200余台。

据了解,节日期间,各星级饭店、餐馆持续火爆,餐饮上座率均达到80%以上。而且,“渔家乐”旅游仍然深受游客喜爱,乔家墩子、王家皂、肥家庄、靴石村等民俗村的餐饮火爆,住宿率达60%以上。

据统计,双节期间,日照海滨国家森林公园接待游客5.54万人次;五莲山风景区接待游客7.66万人次;浮来山景区接待游客6.32万人次;竹洞天景区接待游客4.1万人次;刘家湾赶海园接待游客1.93万人次。

另外,市区各商场顾客数量增加,取得了很好的业绩。据了解,节日期间,日照百货大楼实现日均销售收入400余万元,银座商城日均销售收入203万元,新玛特购物广场日均收入449万元,凌云大厦日均销售收入530万元。

桂花香引客来

7日下午3点半左右,日照植物园桂花香气扑鼻,不少游客站在一棵棵桂花前拍照留念,很多孩子将鼻子凑到桂花上嗅花香。

据介绍,双节期间,市区植物园、海曲公园、银河公园等五大公园共接待游人54万余人。各园区还向游人提供了针线包、热水、应急药品等人性化服务。

本报记者 刘涛 李玉涛 摄影报道



热爱我的热爱 我的雪佛兰在路上!

2012雪佛兰“热爱之旅”日照站主题路演将完美呈现

2012年10月13-14日,以“热爱我的热爱,我的雪佛兰在路上”为主题的雪佛兰“热爱之旅”大型路演将登陆日照。本次主题路演活动在构筑雪佛兰强大车型阵容的同时,为消费者提供完美的近距离产品体验,除此之外,活动中还推出一系列促销政策,为广大热爱雪佛兰的消费者带来了真正的实惠!

超强阵容与规模 彰显品牌个性

与常规的路演活动不同,雪佛兰“热爱我的热爱,我的雪佛兰在路上”主题路演的空间设计,在600平米的活动场地上,利用特制集装箱搭建组合,成为雪佛兰品牌体验基地。箱体内部空间都历经数月的精心策划、制作改装。此次日照路演,国际巨星梁朝伟代言的全球中高级旗舰轿车迈锐宝,传奇性能跑车大黄蜂科迈罗、都市力量SUV全新科帕奇,“新生代性能中级车”科鲁兹,还有全方位舒适型中级车景程与新生代越级性能小车爱唯欧和“全民理想家轿”新赛欧都将悉数亮相,为日照市民全方位展现雪佛兰值得信赖、自信睿智、乐于表现、年轻活力的品牌个性。

人车“亲密接触” 体验完美驾乘感受

现场,消费者将以“热爱达人”的身份与自己喜爱的车型进行“亲密接触”,纵情体验了四大个性空间,玩转6款互动体验设备。消费者可以选择做一回科鲁兹赛车手,征战“WTCC挑战赛”;也可选择驾乘爱唯欧展开火热的城市追逐,并使用OnStar安吉星智能系统体验帮助女主角完成战斗任务的乐趣感受;消费者更可以选择体验根据科帕奇的都市性能特点所打造“纵横都市之旅”的行驶乐趣等。形式多样的互动活动让消费者在感受精彩的同时,也让消费者感受雪佛兰每一款车型与众不同的性能特点。

史上最强促销手段 将火爆订车

作为最受年轻消费者喜爱的国际品牌之一,雪佛兰将以“全系钜惠”回馈广大消费者。其中,雪佛兰迈锐宝推出全系车型优惠2-2.5万元的钜惠活动。凭借出色的产品力和极具竞争力的价格优势,迈锐宝吸引了众多消费者的关注。自活动开展以来,全国累计第一个周末订单数达450份。两周内,车型批发销量约2千辆,预计首月内将超过5千辆。而在雪佛兰重点销售区域山东,迈锐宝展厅在钜惠活动开始以来成交率上升200%以上,客流量增加100%,8月预计销量更是突破300辆。

除了迈锐宝“钜惠行动”之外,雪佛兰其他畅销车型也推出了多种优惠活动。新生代性能中级车科鲁兹、新生代越级性能小车爱唯欧、全民理想家轿新赛欧分别低至9.58万、6.98万、4.98万起;“都市力量”SUV全新科帕奇19.99万元起的价格也极具诱惑力。日照是雪佛兰山东的重点市场之一,本次“热爱之旅”得到了上海通用雪佛兰品牌的大力支持,迈锐宝携全系车型以傲人的销量力证了雪佛兰在日照地区的知名度和影响力,也印证当地雪佛兰消费者的明智之选。业内人士分析,类似这样的大型路演活动是一个非常重要的“贴近消费者、宣导产品优势、扩大品牌知名度”的推广平台,利用这样的大型路演活动不仅能够增进“人”与“车”之间的情感交流,更将对日照以及周边区域的雪佛兰市场销售和品牌建设起到直接的促进作用。

家长您要听:

不要错过教育的最佳时期

新学期一开始,忙坏了家长和孩子们,别家的孩子开学就找好了辅导班,我家孩子不能落下。上个学期有不少知识点没掌握,新的学期衔接不能不做。不知道什么时候开始,学习变成了一场车轮战,不仅占去了孩子们所有的课余时间,更让家长紧张得不知所措。有人把这一切归结于教育体制,也有人说是迫于越来越严峻的就业形势,但如果这些都难以改变,我们能为孩子做的还有什么?

一年多来,我接触了很多家长,大多已是社会上的成功人士,年轻时一直勤勉努力,无暇分身于家庭生活,所以要么把孩子托付给父母,要么只能任其自然成长,然后事业终于有了很大进展,也终于有时间关注孩子,但是孩子却不再给家长关注的机会了。他们已经长大,家长错过了最好的剪枝的机会。所以只能寄希望于一些辅导机构,希望他们帮自己找出原因,提高学生的成绩。

常常听到家长抱怨:“孩子小时候很乖很听话,学习成绩也好,现在怎么这么难管了”是啊,小学阶段一结束,孩子们到了一个最让家长头疼的时期,叛逆、难以沟通,我甚至听过一个家长说自己的孩子古怪、神经。但是如果家长不能对这个时期的孩子们抱以理解和宽容,也不能给予他们任何帮助和建议,那么我只能说,你肯定又是一个忙碌的家长,你也需要为自己孩子此时的行为负一点责任。孩子小的时候,你告诉他要有个良好的生活习惯了吗?告诉他应该合理规划自己的时间了吗?让孩子知道预习和复习的重要性了吗?了解他在学校里的表现并提醒他有坚定的交友原则了吗?

去年有一个家长和孩子,我印象非常深刻,妈妈和儿子简直水火不容,完全无法正常的沟通,我只能单独的了解情况,结果得出的结论是,他们彼此缺乏理解。母亲觉得家长所做的一切都是为了孩子,那么多的牺牲和付出却得不到孩子的回报。孩子却觉得母亲突然对自己严格起来非常不习惯,认为她太唠叨,逼自己太紧。其实这样的组合并不少见,但可能



是每日都和孩子们接触和沟通,我总是要站在他们这边,希望更多的家长能够了解抚养一个孩子责任之重大,不仅是赋予他生命,更多的是成长过程中的呵护和教育,父母是孩子最好的老师,在他们还是一张白纸的时候书写上最美丽的篇章是我给家长们最好的建议,教育是一项终生的事业,如果认为升入初中或高中完全来得及,小时候只要做好充分的后勤保障就可以,或者只重视成绩忽略生活教育,那么最后只能换来家长对自身教育方式的百思不解和孩子们的激烈反抗。

希望家长们能有更多的时间来陪陪你的孩子,能有一个更合理的方式给他们最需要的教育和帮助,也希望孩子们能够拥有一个科学的学习环境并有所收获!

捷程教育资深教育咨询师 刁老师