



用真实完整的信息,打动未来那个“主考官”

前天填上报名表,隔天又完善

本报3月28日讯(记者 张永斌) 由齐鲁晚报、港城快讯联合主办,日照兴业房产、金帝物业、泰达商管协办的“兴业银河金街”三月三相亲会自报名以来,报名人数已近200人。每个报名者都对资料填写十分慎重,努力表现出一个完整真实的自己。

28日上午,前一天刚报名相亲会的市民小李又来到了本报编辑部。“感觉我昨天填写的资料太草率了,回家想了一晚,想今天重新填写下,可以吗?”小李问。得到本报记者肯定的答复后,他赶紧填写了起来。与之前填写的资料相比,他把个人简介中的单位、性格等内容充实了一番。

和小李有同样情况的报名者还有不少。28日上午报名的陈女士下午又来到报名点,因为觉得自己之前填写的择偶要求还需要补充,便又在报名表上补充了新的内容。“将心比心,将个人情况和择偶要求写得详细点,择偶双方选择起来更从容。”陈女士说。还有的报名者在家草拟了报名表信息,到报名点再誊写上去。

报名登记表要求填写报名者的性别、出生年月、身高、民族、学历、婚况、户籍等信息,以及择偶要求和一句话爱情宣言。主办方将为报名者免费制作展示牌,用于相亲会现场悬挂展示。本报提醒,报名表相当于“笔试”,和相亲者见面了解,相当于“面试”。报名者填写报名登记表时,不妨写得具体、生动一些,以打动那个主考官——TA。

10个相亲报名点请您就近报名

市区报名点:

- 1.齐鲁晚报《今日日照》编辑部,地址:烟台路丽城花园西门沿街(市住建委东侧)。电话:8308110。
- 2.兴业房产营销中心,地址:济南路兴业大厦东侧、银河公园北门对面。电话:3696333。
- 3.港城快讯,地址:格林蓝天广场102号。电话:2276702。

- 4.昭阳社区工作站:东港区昭阳路日照街道昭阳社区工作站一楼。电话:3280249。
- 5.芙蓉社区居委会:日照市莒阳路126号芙蓉小区内。
- 6.金阳社区居委会:望海路西首日照街道金阳社区。
- 7.高新社区居民委员会:富阳路日照街道高新社区。电话:8783628。

区县报名点:

- 1.莒县报名点:莒县西环路中段278号,莒县东方汽贸店。电话:15954001133。
- 2.五莲县报名点:五莲县解放路202-2天彩柯达数码冲印(美都汇对过)。电话:5222550。
- 3.岚山报名点:岚山区汽车站对面,岚华电子。电话:15953394808。

相亲会报名

请带齐相关证件

为了保证相亲会的质量,主办方将对报名者的身份进行严格审查。报名者需提供身份证或户口本,代报人需提供报名者身份证。报名者需填写本报提供的报名表,内容包括个人简介、择偶要求、联系方式等基本信息。为了保护报名者的个人信息,主办方将对每位报名者根据年龄进行编号。4月13日、14日,相亲会举办当天,本报将为每位报名者制作一张精美的KT板,展示其个人风采。报名者可根据自己意愿决定是否提供个人照片。欢迎符合条件的单身一族自愿报名参加,也欢迎企事业单位集体报名。凡城区范围内超过10人组团报名的,均可拨打本报热线电话8308110,主办方将派工作人员前去进行现场报名。

莒县帅气小伙 上网搜到本报相亲会



28日中午,一位市民在本报编辑部报名相亲会。本报记者李玉涛 摄

本报3月28日讯(记者李玉涛) 28日,莒县帅气小伙子于先生从网上搜索到本报三月三相亲会,趁着中午休息的时间,他来到本报编辑部报上了名。

“去年春天你们在香河公园办相亲会的时候,我去看过,感觉挺好的。”于先生说,“这不又到了春天,我寻

思应该还有相亲会,就从网上搜,看到了咱们又要举办相亲会的消息。”

于先生今年29岁,此前谈过恋爱,但最终因性格不合等原因没能走到一起。“希望这次相亲会能找到投缘的另一半,共同打造一个温馨美满的家。”他说。

与大部分男士不同的是,记者看到他在“户籍、职业、婚房等条件”一栏里写道:家乡是莒县的优先。“两个人的老家在一块,离得近,走动起来也方便。”他说。

海信电视全省联动 引领春季智能大平板普及风暴

4月4日-7日,海信电视隆重推出“全省联动,春季智能大平板普及风暴”,重拳出击50寸以上高清大平板,海信电视整合在产品和渠道上的优势资源,让消费者真正享受到海信电视钜惠让利,从而推动高清大平板客厅电视的快速普及。

随着消费者家居条件的改善,用户对平板电视画质和内容服务提出了更高的要求,高清大平板的需求快速增长。根据中怡康的统计数据显示,截止今年2月份,智能电视占平板电视的销

售额比重已经达到了56.62%,智能电视已经成为彩电市场主流;同时,高清大平板市场快速启动,中国彩电市场零售量同比增长了41.24%,其中50英寸以上大平板同比增长了90%以上,智能、高清大平板成为了今年带动平板电视市场快速增长的主力军。

海信准确把握了消费需求,和产业趋势,通过显示技术和智能技术的创新,通过大平板电视的合理布局,推动着彩电产业发展和消费升级。

“海信今年就是要重点推广简单易用的智能电视、高清大平板电视,一是可以给消费者带来全新的娱乐休闲体验;二是要全面提升国产品牌彩电的市场竞争力”,海信电器营销公司副总经理胡剑浦介绍。

据了解,海信已经推出了XT900系列、XT880系列、K660系列、K610、K360系列等10余款50寸以上智能电视新产品,涵盖了50、55、58、65、84五个主流尺寸段。这些产品功能采用了海信自主研发的操作系统,在用户界

面定制、智能遥控与人机交互等方面都做到了简单化和标准化,让消费者“零”学习,一用即会,充分体现出“简单易用”的产品理念;在内容应用整合方面,深度定制了CNTV、华数、奇虎360、新浪、京东等8000余款软件应用;它们还采用了16:9高清大屏幕显示,画面层次丰富能够体现更多细节,大屏幕显示让3D画面更有包围感。

根据中怡康统计数据,2013年2月,海信液晶电视的零售量和零售额占有率分别为

17.27%和17.58%,在中国彩电市场上遥遥领先。

此次“全省联动,春季智能大平板普及风暴”活动,千店促销。活动一:全省拍卖会,人越多,越实惠。活动二:活动期间老用户凭海信电视发票到当地商场海信电视专柜即有礼品相赠(赠完为止)。活动三:活动期间购买海信电视指定型号可优惠400-3000元。海信“全省联动,春季智能大平板普及风暴”活动将是消费者进行“客厅电视”全面升级的绝佳机会!

热爱我的热爱,2013雪佛兰移动展厅强势登陆日照齐鲁晚报车展

3月30日-31日,备受瞩目的雪佛兰大型移动展厅将登陆日照齐鲁晚报车展(地点:日照市游泳馆广场)。“热爱我的热爱”主题口号将继续在新春伊始的中华大地回响,为全国的车迷朋友带来金蛇年的第一道雪佛兰视觉盛宴。以全新形式登场的2013雪佛兰移动展厅将覆盖全国多个三、四、五线城市,共450个站点,并分别推出标准版、基础版与黄金周版,全面打造“天时地利”,充分贴合区域消费者的个性化需求,最大范围地为三四五线城市的消费者提供优质产品和

专业服务。
全系车型震撼登场 购车巨惠获好礼

经过百年磨砺,雪佛兰拥有了全明星家族的荣耀:由国际巨星代言的全球中高级旗舰轿车迈锐宝,“全球首款增程型电动车”沃蓝达,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新景程,新生代越级性能小车爱唯欧和“全民理想家轿”新赛欧。此次

外展雪佛兰旗下的全系车型将悉数亮相,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,令观众一睹雪佛兰车的国际品质。

除了全车系登场带来的视觉冲击以外,移动展厅现场更带来丰富的购车优惠,以回馈消费者的热爱与支持。

曼联助力 互动体验最闪亮

去年5月,雪佛兰正式成为曼联的官方汽车合作

伙伴,百年国际汽车品牌与英超豪门强强联手,让越来越多的中国年轻人在足球激情中感悟雪佛兰所倡导的“坚持热爱、追逐梦想”的品牌精神。7月底,“雪佛兰中国杯”激情开赛,“红魔”曼联与上海申花“准英超”级别的赛事引爆球迷夏日激情。8月,雪佛兰曼联激情大对碰评选活动,引发全城球迷及车主的广泛参与。雪佛兰势将“红魔”足球盛宴的精彩延续到2013年,通过“移动展厅”将最新的互动体验带给每一位消费者。

作为雪佛兰品牌最亮眼的互动游戏,“曼联胜利

冲顶”可谓聚拢了超高人气。为纪念雪佛兰成为曼联赞助商而推出的“曼联胜利冲顶”3D场景体感游戏,在广州车展期间已经投放于雪佛兰展台,广受“热爱我的人”的好评。这款通过用头或脚就可以完成对电视操控,模拟场上曼联球员将足球射入球门的体感游戏,让每位消费者在感受最新互动科技的同时,也将雪佛兰品牌年轻、活力、勇敢追逐梦想的内涵尽致展现。

随着一二线城市市场日渐饱和,三四线城市已成为各大厂商必争的兵家重地。事实上,为了能够更

好地开拓三四线城市市场,雪佛兰不仅积极着手渠道下沉,同时还根据三四线城市的消费特点推出了一些特色区域营销活动,其中“热爱我的热爱”雪佛兰移动展厅巡展活动正是典型代表。

在全国登陆的雪佛兰移动展厅,创造了与当地消费者进行面对面交流的机会,以丰富的互动形式为消费者带来最真实的品牌体验,充分体验雪佛兰品牌所秉承的“年轻活力、自信表现”的品牌个性,更将对市场销售和品牌建设起到直接的促进作用。