

俄罗斯举国哀悼叶利钦 今日下葬莫斯科 墓地和赫鲁晓夫墓相距 200 米 普京说,叶利钦是“率直而勇敢的民族领袖”

胡锦涛主席发去唁电说,叶利钦是中国人民的亲密朋友
美国白宫也高度评价他,说他是历史性人物

北京时间昨日晨,俄罗斯总统普京宣布 25 日为全国哀悼日,以纪念在 23 日去世的前总统鲍里斯·叶利钦。

俄罗斯全国悼念叶利钦

俄罗斯总统普京发表电视讲话,宣布 4 月 25 日为全国哀悼日,以悼念 23 日去世的俄罗斯首任总统叶利钦。普京在评价叶利钦时说,他是一个“率直而勇敢的民族领袖”,他敢于为自己的追求承担全部责任,在他的倡议下俄罗斯通过了新宪法。正是由于他,俄罗斯开始了一个全新的时代。

今日将长眠莫斯科新处女公墓

北京时间 24 日晨,俄罗斯总统新闻局宣布,叶利钦将于 25 日被安葬在莫斯科的新处女公墓,他的墓地距赫鲁晓夫的墓地有 200 米。戈尔巴乔夫的夫人也安葬在这里。遗体告别仪式在莫斯科的救世主大教堂举行。

■短评

专家:叶利钦去世标志着俄与西方蜜月期彻底结束

太平洋国际战略研究所高级分析员袁铁成:叶利钦连续两届当选总统,打的是民主牌。叶利钦时代开始于冷战结束时期,不幸的是,这个时期正是俄罗斯走向衰败的时候。在叶利钦时代,俄罗斯对西方国家表现出忍让的姿态,结果却是西方很多的承诺没有兑现,令俄方感到失望。叶利钦的去世,标志着俄罗斯与西方蜜月期彻底结束,预示着一个新时期的到来。与此同时,俄罗斯的寡头政治将大为减弱。

■悼念

胡锦涛主席向普京总统致唁电:叶利钦是中国人民的亲密朋友

国家主席胡锦涛 24 日就俄罗斯首任总统叶利钦不幸逝世向俄罗斯总统普京致唁电。胡锦涛代表中国政府和人民并以个人名义对叶利钦不幸逝世表示沉痛哀悼,向普京总统、俄罗斯政府和人民,以及叶利钦的亲属表示诚挚慰问。胡锦涛在唁电中说,叶利钦是中国人民的亲密朋友,在他担任俄罗斯总统期间,中俄建立了战略协作伙伴关系,解决了历史遗留的边界问题,各领域交流合作快速发展,中俄传统友谊焕发出新的生机和活力。叶利钦为中俄友好事业发展作出的突出贡献将永远载入中俄友好的史册。

据新华社电

戈尔巴乔夫:他做了许多贡献,也犯了很大错误

前苏联总统戈尔巴乔夫 23 日称,他对俄罗斯前总统叶利钦的去世表示哀悼。他说:“我已向死者的家属表示了我的哀悼。他领导国家作出了许多贡献,尽管他也犯下了很大的错误。”

英国首相布莱尔:他是一个不平常的人

英国首相布莱尔 24 日对俄罗斯前总统叶利钦逝世表示哀悼。布莱尔说:“当我听到叶利钦逝世的消息之后,感到非常悲哀。他是一个不平常的人。”

白宫:叶利钦是历史性人物

美国白宫称,叶利钦为“历史性人物”,并向叶利钦夫人、亲戚以及俄罗斯民众表示深切哀悼。美国国家安全委员会发言人约翰德罗说:“叶利钦是一名历史性人物,他对于俄罗斯的变化和发展具有重要的作用。我们向叶利钦夫人、亲戚,以及全体俄罗斯民众致以深切的哀悼。”

联合国秘书长潘基文:他对推动东西和解起到重要作用

潘基文 23 日声明表示,作为俄联邦首任总统,叶利钦不仅推动了俄政治、经济改革发展,而且在促进东、西和解方面发挥了很重要的作用,向叶利钦的家属和俄罗斯民众以及政府致以深切哀悼。

《消息报》:他是俄罗斯一段历史的开创者

俄罗斯《消息报》说,和彼得大帝、列宁、斯大林一样,叶利钦也堪称是俄罗斯一段历史的开创者。叶利钦在 8 年里用了 7 个总理、9 个财长、6 个内务部长和 3 个外交部长。他是唯一请求人民“原谅”的领导人。本版稿件/微言(除署名外)

真机上阵 侧重体验 时尚消费 面向高端 启用新标识 3C 产品提升至 60%

国美大上海城店初体验



4月24日上午,国美大上海城迎来了一批会员顾客。这些会员顾客是被国美邀请到大上海城店体验新店面貌和体验式卖场新模式的。大家在国美工作人员的带领下,参观体验了数码、MOTO至尊专卖店、妙趣厨房等多个体验区域。国美在这家店面启用了绿色为主色调的新标识,并将数码、IT、通讯等 3C 产品从传统家电卖场的 30% 占比提升到 60%。据介绍,目前国美全体员工已经做好了正式开业前的最后准备工作,力保让郑州消费者抢先感受“体验式卖场”时尚购物的感觉。

倡导体验式消费

国美大上海城店能够提供大部分产品真机的展示,环境布置也很生活化,会让消费者在无形中产生一种信任感。另外,国美大上海店还有许多经过严格培训的营业员,专门为消费者介绍产品特性和使用功能,消费者可以近距离地观察产品,甚至可以亲自使用产品,一定程度上可以促成

销售。

进入卖场专门设置的精品间,客户可以亲自操作产品,尝试各种功能。比如说,消费者想买的是一个数码相机,现场熟悉了功能之后,还可以在卖场里把刚拍的照片免费打印出来,看看效果是否与预想中的一样。

据河南国美企划部经理常艳萍介绍,国美大上海城体验式卖场的主要特色在于以终端展示营销、开放型名店展示中心为主要形式,将品牌形象与商业文化融为一体,使整个卖场突出时尚、科技、高端的特点。此外,列出的体验式消费专区,以全新的方式与消费者见

面,不管是 IT、数码、通讯体验区,还是家电体验区,环境和布置都采用了现代化的卖场规划理念。

高端意味着专业

与以往国美电器的低价竞争策略相比,国美大上海店将定位高端家电连锁市场,目标顾客锁定对生活品质有更高要求的消费人群。

国美在大上海城店首次引进了苹果的全系列产品。在苹果产品展示区,常艳萍说,国美大上海城店将会引入更多的新型时尚产品,将产品定位为高端,一改以往国美家电卖场低价普惠的市场形象。

随着生活水平日益提高,消费者对家电消费越来越挑剔,这也促使国美大上海城店摆脱以往单纯的货架式销售,将购物环境转变成精品店中店的形式。在硬件设施提升的同时,服务水平也将相应提高。

“定位高端并不意味着产品的价格非常昂贵,而是指提供更为专业的服务。”常艳萍表示,国美大上海店将更多强调以专家眼光和专业的服务,为消费者选择家电产品提供更多的帮助。

