

市井中国

圆明园年度复建长春园宫门

计划复建 10% 的地面古建筑
管理处称,复建就是造一个“赝品”

针对近日颇受海内外媒体关注的圆明园复建工程,记者昨日了解到,圆明园拟在今年年底复建长春园宫门,目前此项目尚在筹措中。

圆明园是紧相毗连的圆明园、长春园、绮春园(后改名“万春”)三园的通称。此前圆明园内复建并开放的绮春园宫门、迷宫“黄花阵”的西式亭、槛碧亭占圆明园 17 万平方米总面积的比例甚少,而园内其他建筑的复建工作也是举步维艰。

就此,北京圆明园管理处主任助理宗天亮表示,圆明园损毁严重,复建需要大量的人力物力财力,并不是一件容易的事情,因此目前圆明园内已复建的建筑屈指可数,并且占地面积也是少之又少。而计划复建 10% 的地面古建筑要一个一个慢慢来,首先要复建的是长春园宫门。至于复建的具体时间和措施,宗天亮称:“一切都看市政府的安排,圆明园方面只需按规划安排实施。”

对于“复建”这个概念,宗天亮介绍说,它是指在原建筑荡然无存的基础上,根据历史原貌,重新建构一个形神兼备的“赝品”,且也要作为文物来保护。

据《羊城晚报》

小两口过节去哪家犯难,儿子想了办法 临时雇替身陪父亲过中秋节

老父亲对儿子的做法不理解,也很无奈和失落

“我真不知道说我儿子什么好了。你说他孝心吧,每年过中秋从来见不到面儿;你说他不孝吧,这两天竟和我商议说,怕我中秋寂寞,要雇个‘替身’代他陪我过中秋。”泉水街道龙鑫社区的王仁国言词之中既有对儿子的不理解,又有无奈和失落的味道。

王仁国告诉记者,儿子已经结婚 5 年了:“儿子和儿媳妇都是独生子女,考虑到儿媳妇是出嫁到咱家,咱也不能太自私,便让他们过节期间去陪陪儿媳妇的父母。”

可说归说,但到了过节时,看别人家的儿子带着媳妇和孩子回家过节,王仁国就很失落。“这不,今年年初,我妻子得了急病去世了,才 60 岁呀。”王仁国说,“儿子老早就和我说,今年中秋节一定回来陪陪我,我也希望儿子一家回来,不然我一个人看着天上的月亮,难受。”可是,就在前两天,儿子和儿媳妇来送月饼,儿子竟然告诉他:“爸,我还是回不来,要不我给你雇个人吧,让他陪你过节。”

本来以为是笑话。“可前天,我接了一个电话,说他是我儿子雇的,问我中秋节那天他什么时间来,大连在这个节日有什么讲究。”王仁国说,“儿子夹在中间也不好过呀,真把雇来的那个人请回家,我看着不是更伤感吗?”

据《新商报》

下边这匹马和这只狗都很“牛” “牛”在哪里看看就知道了

买三匹马花了三千多万
这匹很“牛”的马名叫汗血宝马



9月22日,一匹名叫萨法里的汗血宝马在展示发布会上亮相。
新华社发

22日晚上,在中华世纪坛,3匹“汗血宝马”被首次向部分公众揭开神秘面纱。“汗血宝马”,在我国历史上被称作“天马”和“大宛良马”,同时也是“天马行空”成语的来源,目前在我国仅有 5 匹。

买 3 匹马花了 3000 余万元人民币

当天晚上,3匹“汗血宝马”刚一登场就引起了全场观众的喝彩。据了解,这 3 匹“汗血宝马”是一公二母,分别是“4 蹄踏雪”而全身呈黑色的阿利姆、金色的萨法里和纯黑色的安格莉(名称均为英译名)。

中国马业协会会员代表曲庆东称,它们是我国首次通过民间渠道购买的“汗血宝马”,这也使得我国的该马种数量达到 5 匹。而前两匹,都是土库曼斯坦前总统尼亚佐夫分别于 2002 年和 2006 年,以最珍贵的礼物赠送给国家领导人的。曲庆东称,这 3 匹宝马共花费 3000 余万元人民币辗转从中亚购得。

坐了 3 次包机花费 30 多万美元抵京

而在此次展示前,3匹宝马才刚通过隔离检疫。“到达国内的过程也十分坎坷,它们中途乘坐了 3 次包机,光包机费用就花了 30 多万美元。”

曲庆东透露说,由于大部分人只闻“汗血宝马”之名,却从未有机会亲眼目睹,中国马业协会未来将可能协调相关部门对其进行全国巡展。

新闻链接 啥是汗血宝马

“汗血宝马”,本名阿哈尔捷金马。此马产于土库曼斯坦科佩特山脉和卡拉库姆沙漠间的阿哈尔绿洲,是世界上最古老的马种之一,目前在全世界仅有 3000 多匹。阿哈尔捷金马头颈细长,四肢修长,皮毛毛细,步伐轻盈,力量大、速度快、耐力强,它的最快速度记录为 84 天跑完 4300 公里。在历史上,它大都作为宫廷用马。亚历山大、成吉思汗等许多帝王都曾以这种马为坐骑。

据《北京晨报》

它能这样连续站两个小时
这只很“牛”的小狗名叫“OK”



一位行人在用手机拍摄站立的小狗“OK”(9月21日摄)。名叫“OK”的 1 岁小狗,能连续站立 2 小时,因此在银川市成了“小明星”。据主人周娟介绍,从小的训练和坚持站着喂食练就了“OK”超长时间站立的特长。
新华社发

脚垫鸡眼

董清是华西医科大学研制,国内首创,生物涂膜技术。清除老化角质,促进组织再生,不腐蚀、不怕水、不包裹、无痛苦,每天一次轻松除茧。咨询电话:65239150
经销地址:郑州市东大街大药房(市一分院东 100 米路北)

告别“摊贩”身份 试水网店品牌化经营

网上商店集体启用独立 CN 域名

1500 多万 -- 这是近日举行的第四届网商大会对中国网商群体的数量统计,相比于 2004 年的 400 多万实现了爆发式增长。而对于众多个人网商而言,如何从众多店铺中脱颖而出、在市场上分得更多的蛋糕,则成为当务之急。据了解,近半年中,成千上万的网上商店告别以往冗长、难记的网店地址,开始使用 CN 域名作为网上品牌标识,为网店“品牌化经营”找到了一个有效途径。

“店名”有学问 太长难记住

据了解,网上商店普遍采用的是口碑式营销,靠着口口相传的效应来增加顾客。同时,获得交易网站的热点推荐、参与网站

的促销活动等方式,也是让自己的店铺“露脸”的方式之一。

“实际上,要通过网站推荐等方式推广,付出的代价不会小”,一位长期从事网上交易的陈先生表示,个人店铺的推广目前主要依赖于顾客主动点击和口碑相传。然而,口碑相传的问题在于,网上商店的网址普遍比较冗长,无法让人轻易记住。

因而,一些网上商铺的店主,为了让顾客记住自己,采取了多种措施。有些人乐此不疲地在各个论

坛发帖,有些人则借助即时通讯工具,群发朋友帮忙推荐。而另外一些人的做法则更为省力,他们给自己的店铺注册一个简短的 CN 域名,取得了不错的效果。

早在前年就率先注册了 me-echo.cn 用于其网外外贸店的店主黄永达表示,以往在电子商务网站注册的商户,面临着客源不稳定、搬家丢客等问题。以前网上外贸店的 URL 地址是: http://photo.m.com/photos/echoydyst/pl. 当买主第一次购买商品后,

冗长的网址成了阻碍买主第二次登门的重要原因。用一个简短的 CN 域名做“店名”,不仅让买主很快的记住自己的店址,增加重复购买的机会,而且即便是搬家,直接将现有域名指向新家地址,也不会影响到商店生意,为网络店主真正的构建属于自己的网络品牌。

品牌化有需求 低成本高效益是关键

品牌对于营销的作用在现实中体现得淋漓尽致,而在网络世界同样如此。传统的 C2C 商店,就像是大集市里的摊贩,没有

招牌、没有品牌,只有摊号,而要方便客人记忆和访问,招揽回头客,还需要对网店展开品牌化营销。

“店主很花了些心思,让你能够很快‘再见面’”习惯于网购的张女士称,她现在经常会访问“美女衣橱”网店,由于店主注册了 mmyichu.cn,很好记住,留住了不少回头客。据了解,像“美女衣橱”这样使用 CN 域名作为品牌的网店并非少数,在网上随手一搜,像“我爱手机”(5isj.com.cn)、丫丫时尚(yayass.cn)、空调专卖店(ktzm

cn)等应用随处可见。

营销专家认为,电子商务的迅速壮大,使得个人商店寻求个性化、品牌化营销的需求大大增加,同时他们对成本又异常敏感,像传统企业那样一掷千金显然是不现实的,低成本是他们考虑营销方式的首要因素,1 元钱的 CN 域名对这些个人店主的吸引力可以想见。

据介绍,在德国,有很多鲜花店主等都会注册域名指向网上商店,有的还用域名开通电子邮箱。电子商务专家预言,网上店铺经过多年积累,已经走入品牌经营时代。在中国数亿的网上交易规模面前,笑在最后的是那些找到低成本、高效率营销手段的有识之士。