

网知道 最近网上流行“犀牛”

近日,网上有不少“犀牛”涌现出来。前一段时间,新华社“新华视点”发表长篇报道,披露了原为木匠的王细牛假冒港商骗倒两个地区的政府的“神话”,在网上引起轰动。于是,有“敬佩”王细牛忽悠功力的网友呼吁成立名为“犀牛”的“王细牛粉丝团”。

由于王细牛的行骗过程曲折离奇,网友还据此提出了粉丝团的口号:粗牛,粗牛!赵本山把人忽悠瘸了,王细牛把楼忽悠平了!甚至有艺术修养较高的网友,抬出了荒诞派戏剧的经典之作《犀牛》,为粉丝团正名。更有好事者专为王细牛建立了贴吧(<http://tieba.baidu.com/f?kw=%CD%F5%CF%B8%C5%A3>),也吸引了不少“观光团”来凑热闹。 据《信息时报》

坛一 “红苕尖婆婆”震撼网友



这就是“红苕尖婆婆”

11月18日,网友“人间地狱”发帖《年迈的老人命真苦》,帖子中的照片展示出重庆丰都高家镇一位老妇人背着沉重的红苕尖过桥。这一幕震撼了无数网友,短短两天该帖点击率破万,网友尊称老妇人为“红苕尖婆婆”。昨日,记者联系到“人间地狱”,他是国家检测中心负责桥梁检测的一名工作人员。他介绍说,估计老人背的红苕尖有30多公斤重,老人一直直着头,每一步都走得很艰难。

“我们把老人找出来一起帮她吧!”网友“DAN”的提议一出,迅速得到众网友的支持。23日,记者从高家镇政府获悉,照片中的老人就是该镇的秦大华。今年63岁的秦婆婆住在高家镇和龙孔乡的交界处,离镇上有1公里的山路,膝下有三儿两女。村上的队长没有通讯工具,所以暂时没能和秦婆婆直接取得联系。 据《重庆商报》

网友的话

那么多“瘾”凭啥网瘾列入精神病?
“吸烟有害健康,好几亿人不能戒,这为什么不是精神疾病?”有网友说,“现在还有人用手机用到一放下就浑身不自在,是不是也该算精神病?生活中那么多‘瘾’,为啥偏偏把网瘾推向精神病?”
与网络相关的从业者都是病人?
“按照网瘾标准划分,结果太惊

悚了。信息中心、电讯、设计、科研、IT等相关工作的从业人员都成了精神病?”有网友调侃说,“我是网站编辑,一天到晚泡在网上,看来这职业把我摧残成精神病了。”
6小时的标准符合社会现实吗?
很多网友还对“6小时”的量化标准表示质疑。“在信息化社会,工作、生活少于6小时上网时间的毕竟是少数,这

个量化的标准根本不符合社会现实!”
对网瘾患者要强制治疗吗?
对于“网瘾可通过治疗得到控制”一说,网友更是认为“搞笑”,并纷纷表示宁愿一直病下去。有网友说:“如果被判定为精神疾病,会面对什么结果?能享受免费治疗吗?难道要把众网民都强行拉到精神病院接受治疗吗?”

网友对网瘾标准有看法

大多数网友反对将网瘾列为精神病范畴



网络头条



我就睡到网上,要你管!

【网瘾是精神行为障碍】

根据《网络成瘾临床诊断标准》,网络成瘾被定义为个体反复过度使用网络导致的一种精神行为障碍,表现为对网络的再度使用产生强烈的欲望。症状界定有七项标准,其中一项量化的指标是平均每天连续使用网络达到或超过6小时,且这种症状达到或超过3个月,对网络的使用有强烈渴求或冲动感;减少或停止上网时会出现周身不适、烦躁、易激怒、注意力不集中、睡眠障碍等症状。

调查显示,我国的网民人数约为2.5亿,18岁以下的青少年占18%。而在未成年网民中,近10%有不同程度的网瘾。23日,记者对成都市的50名普通上班族作了调查,超过60%的人每天上网时间超过了6小时,其中多数人上网时间已超过8小时。

有报道称,由北京军区总医院牵头制定的《网络成瘾临床诊断标准》近日通过了专家论证,这意味着在我国医学界诊断网瘾将实行标准化。在该标准中,网瘾首次被列为精神疾病治疗范围。此事在网上掀起轩然大波,大部分网友认为网瘾标准的制定者是在“犯傻”,更有网友说“这可以申请世界第九大奇迹了”。

【“整件事可笑荒唐无聊”】

对网瘾标准,网友普遍表示难以接受。有网友说:“睡了一觉起来,我就成精神病了!”大多数网友反对将网瘾列为精神病范畴,同时对专家的6小时标准进行了强烈批判,称整件事“可笑”“无聊”“荒唐”“犯傻”。

不少网友指出,自己的工作性质决定了每天要有8小时以上的网络生活,“这是不是应该要求单位给予工伤补偿啊”?还有一名自称是精神病科主治大夫的网友说:“我达标已经好几年了,谁先给我治疗?”更有激动的网友直呼:“有网瘾是精神病,而精神病杀人不用负法律责任,同志们,赶快都去杀专家吧!” 据《天府早报》

金星强势领跑 缔造啤酒王者新形象

强者恒强。2008年,凭借一系列诸如品牌推广、公关活动、产品整合、营销创新、市场掌控、内聚人心等创新策略,金星“社会公民、企业公民、品牌公民”的企业形象日趋深入人心,“中国啤酒四强”的行业角色坚若磐石,成为比肩青啤、担当增辉中国民族啤酒工业重要使命的行业新锐。

中国大众啤酒市场和中西部啤酒市场的版图上,金星强势领跑,缔造中国啤酒王者新形象。

责任价值 升华金星品牌

打开金星的价值文化,从啤酒生产上游供应方管理到啤酒酿造过程中严格标准到市场销售环节带动经销商共尽社会责任,金星啤酒将社会责任融入了价值链环节的方方面面。

金星遵循社会价值永远高于企业价值的理念,把社会的责任放在首位,金星的商道就是诚信和社会责任。

正是基于这样的理念,金星啤酒不仅要奉献给消费者安全、健康的产品,还要会同分供方和经销商共走诚信经营之路;不仅要帮助弱势群体改变生存的环境,还要将生活的希望和技能带给他们;不仅要给优秀贫困大学生以资金上的支持,还要带给他们发展的愿景和希

望;不仅要为体育事业的发展贡献力量,更要把奥运精神发扬光大;不仅要环保、节能的投入作为企业发展的自觉行为还要带动相关产业主动、自觉的发展循环经济,创建生态绿色家园。

金星啤酒认为企业不仅仅要有品质、口碑、诚信,更要引领着社会各界在共同追求财富、追求荣耀的过程中用一颗爱心团结我们整个社会当中的每一个人,去建设一个和谐家园。未来金星啤酒将继续履行企业公民责任去赢得公众的尊敬,用社会责任的价值使品牌增值,用品牌的价值和影响力去获得中国对河南、世界对中国的尊敬。

中国“新一代”再塑金星品牌力

传播品牌承载未来。真正意义上的品牌营销不仅要有发现机会的眼力,还要有将机会做出成绩的实力,有尊重社会和消费者的诚心。这样才能成为品牌营销上的赢家,而凭借此点,金星无疑又成为业内精彩案例的缔造者。

2008年以来,金星啤酒集团以总部所在城市——河南省会郑州为核心,辐射中西部省会城市,面向全国推广展开新一代年轻人广泛参与的“金星小蜜蜂”大型音乐互动活动;云

南金星公司以春城昆明为圆点,向周边省份城市渗透展开的“金星啤酒·炫动新声”大型音乐选秀活动,品牌效应明显,金星啤酒“青春、时尚、活力、激情”的品牌内涵与新一代年轻人的群体个性实现完美对接,金星啤酒品牌号召力凸显,知名度和影响力伴随活动一轮轮的冲击波完美爆发!金星啤酒成为“青春、时尚、活力”的代名词!

业内人士表示,作为品牌深植中部的中国啤酒第二阵营领军者,金星能够整合啤酒属性和娱乐文化,在全国范围推出诸如面向中国新一代年轻群体的大型音乐互动活动——“金星小蜜蜂”和“炫动新声”,可以说是非常具有创新意义的,能抓住这样的契机来营销品牌也能看出金星啤酒的巨大影响力以及企业实力。

此外,金星通过与经销商有效互动,打造战略共赢体系,展现一个大企业的超凡营销视野,更彰显金星眷顾客户和客户共赢的气度和胸怀!

亮剑未来 迈向新高度

从2004年,金星就提出“由生产导向型向市场导向型转变”、“由经营产品向经营品牌转变”以及“由着力于生产规模扩大向着着力于运

营能力提高转变”等三大战略转变,以期不断提升企业的核心竞争力和可持续发展能力。

金星啤酒集团董事长张铁山对此做出辩证的诠释:“做大”与“做强”的转换,是企业战略性的延续。如果没有前期的“做大做强”,就没有后期的“做强做大”。经过4年的系统整合,金星实现了综合管理和营销能力的全面提升。

金星啤酒的一系列整合与升级已经显现出巨大的威力,伴随着“整合效应”的日渐显现,必将为金星啤酒带来更多更广泛范围内的成功。

金星的成长与其所实施的渠道整合策略和稳健扩张资本积累有着密不可分的关系。这一方面是由于金星目前处于一个快速成长的时刻,是其稳健扩张的结果;另一方面在渠道建设上也有着过人之处,值得竞争对手学习。

金星啤酒凭借自身多重的成功元素,已经在与其他竞争对手的争夺中强势领跑,伴随着在渠道建设等方面的改进,辅以金星啤酒已经十分强大的品牌公关优势,一个比肩青啤的行业王者必将缔造完成,引领我国民族啤酒工业的发展进程。

金星啤酒,中国啤酒的激情王者,朝着“做中国最好啤酒”的目标昂扬进发。

闫亚磊

颈椎病、腰肌劳损、关节炎……您用周林频谱保健治疗仪了吗?

以新型101C型周林频谱保健治疗仪为主的周林频谱保健治疗仪,通过直接作用于人体,达到治疗保健效果。上市以后,以良好的信誉为许多家庭了解并使用。

周林频谱保健治疗仪具有促进血液循环,改善血液流变性、促进新陈代谢,改善神经系统功能,提高机体免疫能力的作用。适用于:软组织损伤、腰肌劳损。

周林频谱保健治疗仪操作十分简便,只需照射患处和穴位就行,每次每个部位照射20-30分钟,距离以皮肤感觉温热为宜,照射时最好裸露。

可用于下列疾病的治疗或辅助治疗:
内科: 支气管炎、支气管哮喘、慢性肝炎、肠炎、便秘、腹泻、慢性胃炎、十二指肠溃疡
外科: 预防伤口感染、伤口愈合不良、慢性前列腺炎
骨伤科: 软组织损伤、腰肌劳损、骨关节炎、颈椎病
皮肤科: 带状疱疹、湿疹、神经性皮炎、轻度烧伤、褥疮、冻疮
妇科: 慢性盆腔炎、痛经
儿科: 小儿肺炎、腮腺炎等

(郑州周林频谱公司 请在医生指导下使用)
电话: 0371-65713079 地址: 经五路15号附18号(与红专路交叉口向北30米路东)