

郑州晚报



【计票结果】

无一政党获得多数议席

截至伦敦时间7日12时(北京时间19时),保守党获得302个席位,执政党工党获256席,自民党获54席位,其余政党获27席。
本届议会下院共650个席位,下院多数为至少326席。尽管仍有20多个选区计票没有出炉,但保守党已经不可能赢得绝对多数,无多数议会成为定局。
本次选举共有4550万注册选民,投票率升至65.2%。2005年即上一次议会下院选举投票率为61.4%。
英国广播公司报道认为,这次选举“没有明显赢家”。

【前景预测】

可能产生一个少数党政府

一、工党领袖戈登·布朗行使优先组阁权,组建少数党政府或联合其他政党组建联合政府。若布朗成功组阁,他可能于5月25日新议会会期开始后,等待下院是否通过新内阁信任动议。若布朗组阁失败或新内阁没能通过信任动议,他须向女王伊丽莎白二世递交辞呈。
二、女王伊丽莎白二世可能邀请保守党领袖戴维·卡梅伦组阁,产生一个少数党政府或联合政府。新内阁同样需要通过下议院信任动议。
若上述可能出现的新内阁均在信任动议上闯关失败,那么议会将解散,重新举行选举。法新社解读,英国出现少数党政府的可能性大于联合政府。

等结果时,仨人咋打发时间?

布朗:躲在山顶公寓,睡午觉,吃炖羊肉
卡梅伦:在家抡斧子砍原木,干了俩小时
克莱格:和老婆到郊外散步

我散步了!
克莱格:

英国议会下院选举投票活动6日结束。依照出口民调,3个主要政党均未获得下院多数席位,未来组阁情况一时难以明了。计票结果预计于7日公布,在此期间,三党领袖只能焦急等待。
主要反对党保守党领袖戴维·卡梅伦投票后在家中抡斧子砍原木。执政党工党领袖戈登·布朗回家后睡午觉,吃炖羊肉。第二大反对党自由民主党领袖尼克·克莱格则与妻子手挽手散步,等消息。

卡梅伦:砍原木

6日投票日当天,保守党领袖卡梅伦在3个政党领袖中率先投票。
但投票遭遇示威者抗议,推迟了整整两小时。投票后被问及感受时,卡梅伦说:“不错,谢谢。我感觉不错。”
投票结束后,卡梅伦带着身怀有孕的妻子萨曼莎离开。
英国《每日电讯报》报道,随后,卡梅伦返回在牛津郡威特尼选区家中,等待结果出炉。
当地时间6日21时20分左右,卡梅伦在家中抡斧头砍原木。
美联社说,卡梅伦当天在家里砍原木长达两小时。
没有人知道他为什么砍原木。

布朗:吃炖羊肉

当天,执政党工党领袖布朗与妻子萨拉在苏格兰北昆斯费里一座投票站投下选票。比卡梅伦略晚。
英国《泰晤士报》说,在历经一个多月、游历英国各地的选战活动之后,布朗终于在投票结束后放松休息一下。他当天躲入自己的山顶公寓,等候选民的选择。
随着计票工作进展,布朗与妻子在家中静静等待。中午过后,布朗小睡了会儿。晚餐时,他与妻子共享晚餐,吃炖羊肉。
投票结束时,布朗与卡梅伦和克莱格不同,并没有特意摆出姿势供摄影记者拍照。当被问及“明天你是否仍是首相时”,布朗笑而不答,但布朗的一名支持者却高喊:“当然,他会。”

克莱格:散步

自民党领袖尼克·克莱格当天在3个政党领袖中投票最晚。克莱格在西班牙籍妻子的陪同下前往位于设菲尔德哈勒姆的投票站投票。
《泰晤士报》说,尽管自由民主党没有组织大批支持者“捧场”,但克莱格夫妇的现身仍然吸引不少选民欢呼。克莱格向选民微笑挥手,投下选票。
为争取选民对自由民主党的支持,克莱格最近一个月来四处游走拉选票,没有与所在选区的选民“亲近”。为此,克莱格当天特意向选民“致歉”。
“没有到你们家登门拜访,令我不安,”克莱格对选民说,“作为议员,没有在你们认为该在的位置,我很不安。”
《每日电讯报》说,投票结束后,克莱格夫妇在郊外散步,静候结果出炉。
本版文图均据新华社

六品牌齐推低碳生活

继去年“千城万店”等大型营销推广活动之后,由欧派橱柜、东鹏陶瓷、大自然地板、雷士照明、红苹果家具、美的中央空调组成的中国家居业冠军联盟再次联手于五一前后在全国部分城市推出2010年“低碳生活 绿满中国”五一促销联合行动。据了解,此次活动将根据不同区域,由冠军联盟全体成员企业或部分成员企业联手,无论在规模上,和优惠额度上,都创下了历次活动之最,堪称一次真正的“大惠战”。

五一再携手,亮出优惠大手笔

据了解,此次“低碳生活 绿满中国”五一联合促销活动在全国近200个城市同时进行,活动旨在借助“冠军联盟”强大的资源整合力量,更好为消费者奉献低碳家居生活。据悉,此次活动将分“五一优惠”、“小区推广”和“团购”三大板块,消费者除了在每个独立品牌各自的优惠中得到实惠外,凡购买“冠军联盟”任一品牌产品达一定金

冠军联盟会战“五一”

额,还可获赠联盟优惠。
播撒低碳种子,普及绿色环保知识
据了解,此次活动的亮点是,凡在小区推广现场登记资料的消费者,均有机会获赠花卉树木种子一包,冠军联盟秘书长姚吉庆表示,此举意在将低碳、环保的理念、方法播撒到每个消费者心中。
强强联合,高质价比回馈消费者
有专家表示,冠军联盟频频推出优惠大手笔,来源于其整合资源带来的成本、品牌优势,实现了单一品牌做不到的优惠力度。据了解,冠军联盟综合了联盟各品牌的强势产品,节省了租金、推广等成本,从而得以拿出史无前例的大手笔让利,让消费者享受到高质价比的产品。姚吉庆同时表示,此次五一联合促销,首次结合低碳趋势开展,体现了冠军联盟践行低碳承诺的气概和责任。各地具体促销内容略有不同,消费者可以当地各品牌公告为准。
冯思/文

牵手亚运,缔造潮流 华帝造亚运火炬技术欲超越奥运标准

4月28日,第十六届广州亚运会组委会在广州花园酒店召开新闻发布会,与本届亚运会燃气具和火炬供应商中山华帝股份有限公司正式签约,这标志着亚运火炬“潮流”正式进入批量生产阶段,同时华帝还会为本次亚运会的火炬传递提供全面的技术保障工作。据了解,此次加盟亚运会也是华帝股份第八次担任大型体育赛事的火炬供应商。

的神话。我们这次在‘潮流’身上添加了华帝近两年研发的众多创新科技,使其在燃烧器、阀、燃气瓶开关的结构制造上都比‘祥云’技高一筹。例如‘潮流’只用了一个燃烧器,燃烧更加稳定,抗雨量能达到亚组委规定的8倍,抗风量达到了11级大风,同时单燃烧器也精简了结构,使得火炬更加轻盈,更易于火炬手传递。”



如今,火炬制造已经成为了华帝的名片。黄启均表示:“经过众多大小赛事的锤炼,目前华帝已经拥有了全国最顶尖的火炬制造技术和火炬研发团队。经过制造北京奥运会火炬的检验之后,我们对自身制造火炬的实力更加充满信心,也对火炬传递环节的技术保障更有信心。”除签约成为亚运火炬及燃气具供应商之外,在发布会现场黄启均启动了“我爱亚运”观礼计划——华帝1+2 受助学生绘画大赛,将会为10名获奖贫困学生提供亚运赛事门票作为奖励。
李丽/文

共襄世博品质 智领前瞻科技 欧琳世博“低碳智能厨房”全球首发仪式在沪举行

4月20日,距上海世博会正式开幕倒计时10天之际,作为2010年上海世博会迄今为止唯一一家指定厨具供应商,欧琳在中国第一高楼上海环球金融中心举行全球首款“低碳智能厨房”的全球首发仪式。
国务院发展研究中心经济研究所、上海世博局、全国工商联房地产商会、中国工业设计协会、中国农科院的领导、专家,以及欧琳世博冠军庞清、佟健、杨凌一起,共同见证了即将在世博期间与中外贵宾见面的欧琳世博“低碳智能厨房”全球首发的重要时刻。此次首发仪式推出的欧琳全球首款“低碳智能厨房”,由欧琳设计团队与荷兰、中国农科院设计师、专家组成的一支国际研发团队共同打造,采用“风光互补新能源发电系统”,利用取之不尽的可再生自然能源风能和太阳能发电,供给厨房电器和家用电器使用,节能环保、无污染,从而带给人们一个绿色新能源的厨房新世界,展示一种前瞻性的生活理念和未来智能环保的

生活方式。
欧琳世博“低碳智能厨房”互动式集成烹饪系统,不仅提升了热效率,电磁辐射也微乎其微。特别是交互式多媒体技术的应用,创造了一个多姿多彩的多媒体厨房艺术世界:灶具可以与多媒体系统连接,在烹饪同时可以操作包含“家居生活”、“营养菜谱”、“营养分析”、“儿童监护系统”、“互联网”、“时空连线”等六大菜单在内的“欧琳厨房e点通”,既能及时查询食谱、家居维护、营养分析等生活百科,还可以连接3G网络,与家人“时空连线”,实现生活、工作、娱乐同步进行。欧琳用“智”造美学生产力的超前设计和丰富想象力,让中国乃至全世界,透过欧琳世博“低碳智能厨房”,领略智能化、舒适、健康的时尚生活新体验,提前分享到现代科技智慧,让厨房艺术散发出梦想的奇幻魅力,成为未来厨房发展的标杆。
马芳/文



新贵盛会·才子2010秋冬产品订货会魅力启幕

积极应变,创新思路,敢于突破,加快发展,将才子打造成为最具魅力品牌,一幅宏大的品牌蓝图就此展开。2010年4月18日,“新贵盛会”才子男装2010秋冬产品订货会于福建莆田才子会展中心隆重召开,两千名全国经销商及才子高层领导齐聚,新品流行趋势的耀眼光彩,品牌重金大力度的推广态势,以及渠道终端的跨越崛起,呈现一派蒸蒸日上的崭新态势。
今年,无论是国际、国内经济形势已经以最快的速度从危机中复苏。工信部最新统计显示,今年1月份全国服装零售额比上月增长10.5%,这已经是2009年10月份以来连续四个月增长。面对服装行业企稳回升的态势和积极向好局面,才子服饰股份有限公司董事长蔡宗美先生表示,才子将继续保持企业发展的良好势头,以更加坚定的策略,完成品牌新一轮的塑造和跨越。在今年的发展策略中,坚持“敢于突破”的精神,才子从容推进三大战略,产品重点突破高端、时尚、国际化,聘请韩国设计师,注重国际流行趋势,提高产品档次,加大研发团队投入,把握市场动态,整

合优势资源,实现时尚、高端产品研发;品牌优势锻造,全面铺开在央视强势媒体栏目的广告覆盖,实现精准对位传播,占领消费者心智高低,充分发挥品牌内涵,终端新形象的设计提升;市场的跨越提升,营销渠道的开拓,经营模式的创新,市场服务的细化。
集结精锐力量,全力推进三大战略的执行,将成为才子打造中国最具魅力品牌的重点工程。值得一提的是,今年,同样季节的订货会,才子男装提前了一个月,这不仅是企业接轨国际,研发、设计能力提升的体现,也是锻造品牌创造力和竞争力的战略举措。在中国服装业开始新的十年之旅、走上“强国之路”之时,将才子打造成为中国最具魅力品牌,转变发展战略,提升自己品牌内涵的同时,打造优质产品,调整终端结构,进行终端扩张,领跑全新的未来。
徐松/文

