

【精彩网文】

水果个性车贴

□詹华

西瓜:赠人西瓜,手留香。
苹果:把我撞掉个碴儿,我也成不了苹果手机。
西瓜:人家挑瓜都是用手拍,你可不要拿头撞我。
枣:我很正点,不希望被你撞成歪瓜裂枣。
鸭梨:你脾气再大,难道还有我鸭梨山大?
芒果:一不小心成了湖南卫视台标代言人。
杏:别靠本姑娘太近,没见我正杏眼圆睁地瞪你吗?
柿子:兄弟,就算我没补过钙,您也别总拣软的捏啊?
佛手:孙猴子都怕被我这只手抓到,你还是趁早离我远点。
山楂:别跟我玩连环相撞,我可不想成为一串糖葫芦。
榴莲:你想跟我玩暧昧,我还不和你臭味相投呢!
樱桃:虽然我的樱桃小口足够性感,但也只允许你跟我玩飞吻。
甘蔗:别在我身后瞎转悠,拿出你桩考的本事从我身边绕过去。
枇杷:世上本没有路,我走过去就留下了一瓶枇杷露。
木瓜:我本来就木讷,再被撞到就成傻瓜了。
李子:我是赵钱孙李的李,不是肇事损里的里。
椰子:我的外壳足够坚硬,跟我死磕可没你的好果子吃。
荔枝:你可以像杨贵妃那样爱慕我,但不能像杨贵妃那样亲吻我。

【男左女右】

分手后,做个陌路人

□佟才录

表妹对我说,她和新男友分手了。是她提出来的。
我很吃惊。表妹的新男友一表人才,IT行业的精英,有房有车,这么好的条件,打着灯笼都难找,怎么说分手就分手了呢?再者说,她们恋爱才不过三个月,正是两情相悦、甜甜蜜蜜的时候。一定另有缘由。
还真是。原来那天表妹去新男友家,恰好撞见新男友的前女友也在。表妹掉头就跑了出来。新男友追出来解释:“我和她现在只是一般的朋友关系。她今天身体不舒服,要我陪她去医院。她家在外地,她在这个城市没有别的人可以依赖……仅此而已。”
“只是一般的朋友关系,谁信啊?!”表妹咬牙切齿地对我说。
这让我想起了我的一个闺蜜小丽。小丽和前男友分手后,前男友对小丽说,咱们以后还可以做朋友吗?没心没肺的小丽点头表示同意。自此以后,小丽与前男友的关系就变得很微妙,前男友和同事们出去玩不忘带上小丽,小丽生活里遇到什么事,第一个想起的人也是前男友。在外人看来,小丽虽然和前男友分手了,但看起来,她们之间的

关系似乎更加密切了,也更加和谐了。后来,小丽的前男友又交了新的女友,但前男友仍背着新女友和小丽打着“友谊”的牌子,以“朋友”的身份相处交往着。再后来,有人撞见小丽竟还和前男友偷偷地去宾馆开房间。
其实,这没有什么可奇怪的。朋友关系和恋人关系本来就只隔着一张薄薄脆脆的纸,时日久了,保不准哪一天这张纸就被双方或其中的一方捅个大窟窿,“朋友关系”由此升级为“恋人关系”。
前不久,看东方卫视的《百里挑一》节目,一名女嘉宾挑选男嘉宾时,说:“现在仍与前女友做朋友的男嘉宾请翻牌。”可见,在这位女嘉宾心里,男女恋人分手后还做朋友,不免会隐患无穷。
当爱已成往事,分手后就该提倡“桥归桥,路归路”,两不相干,各走各的路,互不打扰对方,对男女双方都是公平的。最忌讳分手后还纠缠不清做什么朋友,彼此之间真的能做朋友吗?我想没那么容易吧。
分手很正常,没什么大不了,谁离了谁都照样能活。但分手后谨记:千万别做仇人,更不可以做朋友。那做什么呢?做两个互不相干、互无交集的陌路人——最好!

【人生讲义】

一念之间

□伊然

1879年,宝洁公司卖得最火、销量最大的主打产品是蜡烛。但是,就在这一年,宝洁公司陷入了空前的困境。这一年,爱迪生新近发明的电灯泡被迅速推广,蜡烛市场一落千丈,只是在一些特殊的场合,人们才会购买一些蜡烛。
公司前景一片黯淡。这一天,公司在辛辛那提的一家下属公司的一名普通员工,在去吃午饭的时候,竟然忘关了机器,当他返回时,他发现,机器里冒出一堆充满泡泡的东西,他下意识地急欲将这堆废品扔掉,但一个念头一闪,他改变了主意,他决定尝试着将这些泡泡物弄进肥皂里,之后,他惊讶地发现,肥皂在水中漂浮了起来!
那时候,好多人经常在俄亥俄河洗澡,这种漂浮肥皂因为不会下沉,所以很少丢失,从而大受人们的青睐。一种新型肥皂宣告诞生,并很快成为宝洁公司的支柱产品,这就是著名的挽救了宝洁公司的“象牙肥皂”。
一个小职员的一念之间,竟然决定着一个大公司的生死存亡,这世界真是够奇妙了。

【职场宝典】

千金买琴

□乡村五月

酒香也怕巷子深。唐朝诗人陈子昂刚到长安时,是个籍籍无名的小卒。他决心推销自己。一天,闹市中有卖胡琴,要价千金。围观的人很多,都嫌太贵。
这时,陈子昂不慌不忙挤到前面,买下了胡琴。围观者惊诧不已,纷纷问他,干嘛用千金来买这把破琴呢。他说:“我自幼善乐,此琴正派上用处。”众人好奇,要他现场演奏一曲。他说,没问题,不过要等到明天。明天我到某酒店开个人专场演唱会。大家的胃口被吊起来了,第二天纷纷如约前往。酒菜全部备好,棋类也摆放好,全部免

费。来的人很多,陈子昂坐到主人席上,把千金之琴供于案前。酒过三巡,众人热血沸腾,这时,陈子昂拿着琴站起来,朗声宣告:“蜀人陈子昂,有诗文百篇,奔走京华,碌碌尘土,不为人知。未料今日竟以胡琴播名,可为一叹。然演乐之事乃贱工小技,何足君辈瞩目!”说完,他愤然将胡琴掷地,顿作碎片。
满怀期待来听演奏的人,顿时放下酒杯,一时寂然无声。此时,陈子昂趁机拿出自己印刷的诗集分赠客人,四座喧腾而起,争相传阅。仅仅在一天之内,陈子昂名动京城。

永乐电器举行终端服务技能大赛



久保障服务”,“神秘顾客在行动”、“400呼叫中心”、“空调免费清洗”等一系列服务,都充分彰显永乐对服务的重视。

永乐圣诞促销 12月23日引爆

临近年终,家电行业促销大战愈演愈烈。2011年圣诞节,酝酿许久的消费热情即将爆发。笔者从永乐电器了解到,12月23日,永乐电器圣诞元旦购物狂欢节在全省43家门店正式拉开帷幕,800家厂商同台竞技,十大类别电器全面降价,赠品多达千余款、数百万台。总让利高达亿元,势将此次圣诞节装饰成一个购物又富有激情的圣诞节。

永乐电器相关负责人表示,双节期间永乐电器将推出真正吸引人的促销活动,因为这既是2011年年底家电市场的最后一次“风暴式促销”,也是对2012年春节市场的一次有效预热。永乐表示,12月23日,永乐电器年终岁末大促销活动即圣诞狂欢节将全面引爆,通过折扣、赠品、和丰富的活动对消费者进行一次年终大型回馈。

据悉,本次活动涉及彩电、音响、冰箱、洗衣机、空调、厨卫、数码、电脑及小家电等家电品类,不少机型降幅高达40%。

樊无敌 \ 文

MOTO升级新品 XT532 苏宁电器首销

2011年10月,摩托罗拉当米诺系列单品XT531甫一上市便受到追捧,时隔近两个月时间,摩托的另一款新品XT532也已问世,并将由全国最大的3C家电连锁零售商苏宁电器在全国首销。作为XT531的升级版,XT532是目前主流智能手机市场中性价比最高的W+G,双网双卡智能手机,相信这款同时支持中国联通和中国移动双网双卡的手机,势必给更多消费者带来便利。

双卡双待·智能先驱

摩托罗拉XT532是近期上市的一款明星产品,主要亮点在于其双卡双待功能。根据笔者的了解,此类型产品在当前市场尚无竞品,可以说是主流智能手机市场上性价比最高的双卡双待产品。对于有双卡使用需求,同时热爱尝新的时尚群体而言,XT532的出现显然填补了市场上的这一空白。双网并用,让消费者在畅享科技的同时,节省更换手机的成本。上网的时候,用联通W卡,信号更持久稳定,浏览网页更迅速;打电话用移动G卡,通话质量有保障,资费套餐更便宜。而且用户可以对两张卡的切换进行管理,简单、便捷又省心。

摩托罗拉XT532还启用了Android2.3.5系统,可以说是智能手机的体验的不二之选。它还强化了电源管理系统,待机能力相当出众,弥补了智能机耗电快的缺陷。作为一款Android智能手机,XT532不仅带有海量丰富的应用软件,在硬件配置上也过硬。XT532屏幕采用了3.5寸的触控屏,分辨率为320x480像素,内部、外部分别搭载了800MHz处理器和500万+30

万像素前后双摄像头,并且光线感应器和距离感应器也一应俱全。

除此以外,XT532采用了香槟色的金属边框设计,品位非凡,质感强烈。而背部采用了磨砂工艺,运用了橡胶材质,防滑、防滑效果显著。摩登的背部,圆润的边角,盈盈一握,手感出众。

高性价比·苏宁首销

2011年下半年,摩托罗拉将重点转移到中高端实惠手机的开发设计当中。当米诺家族是摩托罗拉公司的中端主推产品系列,以高性价比著称。因此XT532的上市,对于智能机入门级或者追求性价比的消费者来说,除了可以满足其对智能机非凡体验的渴望,还可以助其实现多样化的互联网需求。

摩托罗拉对于这样一款被寄予厚望的产品,之所以将全国首销渠道选择在苏宁电器,首先是看中其强大的终端掌控能力。苏宁电器全国已拥有1700家门店,有效的覆盖了各级市场,而苏宁内部训练有素的销售团队也可以有效的拉动终端业绩。另一方面,苏宁电器曾经成功运作过iPhone 4、索尼爱立信ST18i、三星I9100、诺基亚N9等核心品牌单品全国首发的成功案例,更加坚定了摩托罗拉选择苏宁作为其中国市场深度合作伙伴的信心。

笔者了解到,苏宁电器已在全国各大城市重点门店全面开展摩托罗拉XT532的首销活动,产品首销价格锁定在2198元,现在购买还将获得移动电源等精美礼品。

樊无敌

永乐电器2011服务技能大赛日前在永乐南路店盛大举行。永乐全省4000多名终端一线的员工参加了本次比赛。

据了解,永乐本次活动参赛人员包括其全省10个地区44家门店的终端一线人员,比赛形式为包括口试、笔试、演讲、答辩、竞技赛、实景服务操练等,比赛内容涉及商品知识三包法、永乐减久保障、物流送货建档、家电以旧换新、延保相关知识、客诉解决时效及金力系统的实操训练,通过大比武全面加强永乐自身终端服务人员的队伍建设,提高服务人员的素质和服务意识,争创行业服务质量第一。

目前,商业零售业的竞争已从单纯的价格竞争转变为包括价格、服务、环境、品牌等综合实力的竞争,永乐电器通过苦练内功,有力地提高店面营业人员的个人素质、经验、训练程度,从而带动整体服务质量的提升。永乐电器推出的“诚