

张艺谋执导大型歌剧

鸟巢版《图兰朵》国庆期间上演

新华社北京9月27日电 (记者汪涌)北京奥运会主体育场国家体育场以焕然一新的面貌,在国庆期间展示“鸟巢”的精彩,烘托新中国成立60周年喜庆的节日气氛,迎接海内外宾朋。在此期间,由张艺谋执导的大型歌剧《图兰朵》将正式上演。

新华社记者27日从国家体育场获悉,9月中旬起,张艺谋带领的北

京奥运开闭幕式导演团队执导的大型景观歌剧《图兰朵》团队,已进驻国家体育场,在“鸟巢”内开始搭台、布景,票务工作也已全面启动。10月6日、7日晚,《图兰朵》将在“鸟巢”正式上演。

据了解,国家体育场在“国庆”前清洗了钢结构、膜结构、塑胶跑道,修复了破损的地面石材,建筑内外修饰

一新。另外,还恢复了直饮水系统,完善了标识导引系统,设置信息亭,增设自动售货机,印制导览图,开通了咨询服务热线,增加了一系列人性服务设施。

国庆期间,“鸟巢”一层西侧环廊内安排了两个专题图片展,其中一个为“奥运建设者图片展”,展现了建设者们用辛勤的汗水筑就了“鸟巢”的

辉煌;“‘鸟巢’诞生的世界纪录和奥运纪录图片展”,再现了奥运赛时健儿们的风采。在“鸟巢”内,游客每隔60分钟可以观赏表演区妙趣横生的福娃表演和活力四射的舞蹈表演。还可以在大屏幕上欣赏《美丽的奥林匹克》、《巢之美》、《‘鸟巢’精彩时刻》、《‘鸟巢’‘三大理念’》等经过精心编辑的短片,全方位地感受“鸟巢”建筑

之美,感受北京奥运的辉煌。

据称自9月27日起至“国庆”期间,“鸟巢”将开放五层西侧走廊,在走廊南端,古老而美丽的北京中轴线尽收眼底;在走廊北端,水立方、玲珑塔、国家体育馆、龙形水系、森林公园等奥运景观一览无余。五层西侧长廊还陈列展出了奥运开幕式实物道具——缶、古筝、竹简、船桨等实物。

《南京！南京！》获金贝壳奖



本报综合消息 当地时间9月26日第57届西班牙圣塞巴斯蒂安国际电影节闭幕,中国导演陆川执导影片《南京！南京！》获得最高荣誉最佳电影“金贝壳奖”。他和女友秦岚一起接受评委会主席的颁奖,秦岚在《南京！南京！》饰演唐太太。(秋明)

河南建业2比0完胜上海

继续领跑中超

本报综合消息 中超第25轮比赛的焦点之战在河南建业与上海申花之间上演。最终建业队凭借两名外援前锋下半场的两粒入球2比0将申花挑落马下,摆脱了逢申花不胜的魔咒。不仅如此,河南建业同时以1分优势力压北京国安升至积分榜首位。

此役郑州航海体育场热闹非凡,超过2万球迷为球队助阵。对于建业队而言,申花是他们中超征战史上最大的“苦主”,2007年升入中超以来河南队从未战胜过申花。

在本场比赛中,河南建业证明了黑马的地位是靠实力而不是靠运气。下半场逐渐适应申花打法的河南队逐渐找到场上节奏,频频为锋线送出有威胁的进攻。第62分钟,张璐边线球大力的掷到禁区,内托把球挑起来,奥利萨德贝头球抢点攻门得分。随后的比赛河南队完全拿住球权,第92分钟孙吉在禁区内铲倒内托,河南建业队拿到点球,内托打球门右上角得分,最终以2比0的比分战胜上海申花。(孙岚)

2009 央视秋晚场景曝光

中国元素成晚会重头戏



本报综合消息 2009央视“中秋晚会”落户于迄今已有2200多年历史的江西省文化名城宜春市,中国元素将成为晚会的重头戏,目前晚会主舞台正在紧张有序地搭建。

“中秋晚会”作为央视户外景观晚会,向来以舞台效果绚丽名扬海内外,“天上人间,美轮美奂”是今年“中秋晚会”舞台效果设计的主题思想。随着技术的不断更新,每年晚会都会融入最新的技术。本届晚会在舞台景观的营造上同时用到了“借景”和“移景”两个方法:舞台搭建在

宜春袁山公园内的湖面上,背景除借用园内“五亭桥”等景观外,还将“明月山”上历史悠久的“昌黎阁”在山下进行了复制。舞台设计师运用现代技术手段,巧妙地将这个三层高的古建筑“搬”到了山下,届时晚会将配合灯光、烟幕、焰火、LED等各种现代特效手段营造出一个坐落在人间的“月宫”景象,绝对会给电视观众足够的视觉享受。

这台晚会将在10月3日晚上8点通过中央电视台1套、4套、9套面向全球现场直播。(卫辉)

迎国庆 创维豪礼送用户

豪礼+红包+抓现,先到先得,送完即止

本报讯 近日,国内彩电巨头创维集团公开宣布,为庆祝酷开LED全国上市,本周始购买其明星产品酷开系列即可获赠巨额豪礼。同时,为了庆祝60周年国庆,创维集团国庆前夕悄然加大了酷开电视的促销力度,全线产品超低折扣销售,最高让利高达1000元。

国庆大让利提前引爆

创维集团有关负责人表示,此次创维旗下酷开电视降价力度空前。降价后,创维42英寸液晶价格最低已跌破6000元,47英寸液晶价格也跌到7000元下,就连刚上市的酷开LED电视,价格也已放到9000元以下。这一价格,在家电市场LED电视价格中,具有相当的性价比优势。

同时,购买42寸以上酷开新品还可以获赠超值酷开娱乐套装,其中包含5.1家庭影院、酷K礼盒以及2G酷开优盘等娱乐设施。

酷开让利意在普及

创维电视让利消息一经发布,不少消费者提出质疑:此前盛传液晶面板因全球供应紧张要涨价,创维却反其道而行,豪礼加折扣,大幅度让利促销,是否发放虚假信息?

为此,创维集团有关负责人说,酷开电视自面世以来持续热销,彻底巩固了创维在国内彩电市场的龙头地位。本次大规模的优惠促销,即是创维感恩回馈消费者,实现酷开多媒体娱乐电视普及的重头戏。同时创维酷开产品目前货源充足,能极大地满足消费者需求。

创维酷开电视,引领新生活

据专家分析,创维酷开系列电视提倡一种新的生活方式,是市场上难得的如此贴近生活的高科技产品,为消费者提供了诸多方便与更多的自主享受。

在国庆到来之际,创维特推出国庆优惠六重礼:结婚凭证送红包、酷开抓钱返现金、你买我送豪礼多、二次购机减300、新品LED降1000、国庆直降最实惠。

在我市家电商场,记者看到凡在创维电视专柜的顾客,只要听促销员讲解酷开电视十分钟,并亲身体验一下,都深深被其娱乐功能所吸引。许多体验过酷开电视的消费者表示非常愿意购买,现在遇上创维酷开电视降价促销,相信这一优惠定能引来更火爆的销售场面。(新华)

滨江高端住宅持续热销

本报讯 自今年楼市止跌回暖至今,周口房产市场持续走高,步入九、十月份以来,上涨势头更是明显,楼市已进入黄金销售期。享誉周口的高端住宅项目——滨江国际星城自9月4日开盘以来持续热销。日前,记者获悉,滨江国际星城即将加推新房源,伴随而来的还有新型样板间的华丽绽放。

小户型持续热销,大户型即将登场

滨江国际星城7#楼开盘的热闹情景犹在昨天,二批房源又开始火热预约。在售楼处,一位购房者说,“9月4日开盘时我出差错过了,回到周口来买房时,许多好的户型都已被预订。眼看着房价一天比一天高,心里真是着急啊,等了这么久终于有新房源了,听说预约的人非常多,这次说什么也要盯紧了。”市场对滨江国际星城的认可与期待不言而喻。

张先生是朋友介绍来的,“以前抵触小户型,觉得他们采光差、功能

不全,不够舒适。但朋友推荐滨江国际星城却让我眼前一亮,且不说开发商的资质和经验在业内首屈一指,房型设计也是吸引我的重要原因。你看布局安排、结构划分都非常人性化,50平米的户型样样齐全,客厅、卧室、厨房、卫生间、阳台一样都不少,真是不可多得啊。”

汉阳路附近的成熟配套,高品质住宅的无限升值潜力使其在小户型市场独树一帜,备受青睐。据悉,二批房源延续了前期的优质房型,即将推出的是5#楼、6#楼、8#楼的中大户型房源,占尽天时地利,值得期待。

样板房华丽绽放,诠释生活真谛

滨江国际星城的样板间给记者留下了深刻的印象,其每一个细节都展现了开发商对提升品质的超高要求。该样板间房型方正,布局合理,动线流畅,私密性强,空间利用充分,南北通透,采光充足,封闭阳台,舒适度极佳,品质感更强。

样板间的装修极富代表性,提高空间利用率的同时更增加了空间感,使视觉更加开阔明朗。整个设计处处挥洒着现代、时尚的空间气息,为客户装修提供了有益的借鉴参照。

9月4日盛装开盘的滨江国际星城7号楼小户型持续热销,一度在我市掀起高端居住的热潮,此外,滨江首批推出的黄金商铺也在市场上引起了广泛的关注。优质的房源加上近2万平米的商业体量,将使滨江国际星城居住更舒适,配套更完善,一个30万平米的高端社区正在逐步崛起。(巩文)



国美电器十一提前巨惠

全程提供一站式满意服务

本报讯 据悉,为期一个月的国美全国客服和售后服务人员的培训已结束,十一期间,国美将为消费者提供从产品选购、物流配送、产品安装到售后服务的一站式全方位优质服务。消费者在购买、使用电器过程中可以享受到国美的不同增值服务,不但大大降低了时间成本,同时也实现了消费者与企业的共赢。

同时,国美管理层的“暖心”行动将按照计划进行,届时,国美管理层将坐镇客服中心、门店随时解决消费者诉求、倾听消费者心声,解决消费者购

买、使用电器过程中的疑问和困难。

另外,十一国庆长假期间,国美客服呼叫中心400-811-3333/3336/3339将采取人工和短信自助平台相结合的方式为消费者服务,为消费者打造多种全方位的服务方式。据悉,自2009年4月底国美短信自助平台开通以来,已有十几万消费者通过语音提示,自助查询产品送货信息、安装信息、会员消费积分以及剩余积分,提高了消费者信息查询的效率,赢得了消费者的一致好评。(本报记者)

普通市民当楼盘形象大使

本报9月27日下午,文博苑在越秀商务酒店召开了“庆国庆迎中秋茶话会”。会上,文博苑的开发商周口通和房地产开发有限公司的负责人向与会业主通报了文博苑项目的工程进度和项目推广等情况,并向业主们介绍了本项目的形象代言人。

今年国庆节前,市民便可在当地报纸及人民商场楼顶、建设路四方药业办公楼楼顶等户外广告牌上见到一位容貌秀丽、端庄可亲的年轻女性形象,这是一位普通的市民。

启用大牌明星做产品形象代言人早已司空见惯,而启用普通人做产品形象代言人则是件新鲜事。那么,这些广告究竟是什么广告,为什么要找一位普通女性做形象代言人呢?

原来,这是“文博苑”小区所做的

房地产广告,而广告中的年轻女性,则是在该楼盘从事销售的工作人员,一位地地道道的周口姑娘——杨艳。

记者采访了该开发商负责人,他介绍说,本地众多买房者对一些开发商的诚信度有些顾忌,就怕买到的房子有质量隐患,怕开发商的承诺不兑现。针对这种情况,他们决定采用一种特殊的办法加以宣传。杨艳是该楼盘销售案场负责人,同时也是最早购买“文博苑”小区房产的业主之一。她有着4年多楼盘销售经验,眼光挑剔,对楼盘质量的优劣有着权威的判断,她现身说法,会有效地打消买房人的顾虑。

这种做法的确新颖,也说明开发商有勇气,有底气。但此举能否让广大消费者接受,达到预期效果,我们拭目以待。(任富强)