

可以健身娱乐,品尝美食——

## 人类将有“海洋空间站”

法国建筑师雅克·鲁热里设计出一种名为“海洋空间站”新型海洋科学考察船。与普通船不同,“海洋空间站”是“竖着”的船,大部分船身处于水下,使科学家可以近距离探索海洋世界。鲁热里眼下正在为建造第一艘“海洋空间站”筹集资金,他对此充满信心。

一些媒体评论说,尽管“海洋空间站”还只是一个雏形,但它也许代表着海洋科考的未来。

## 造型特别

“海洋空间站”从侧面看像一面巨大的船帆。这种“太空船”造型使它可以在海里安静地游弋。根据鲁热里的设计,“海洋空间站”高51米,大部分船身处于水下,只有导航、通讯设备和一个瞭望平台在海面上。

科研和生活设施位于“海洋空间站”海面以下的部分,船身下部设有一个加压层,以便潜水员实施考察任务。船身上的窗户让科学家可以全天候观察水中的生物。

船上还有健身房和其他娱乐设施。锻炼身体相当重要,每个床位都配备一台视频播放器供船员娱乐,“鲁热里说。

“海洋空间站”外形酷似太空船,船上的防撞系统也源自国际空间站的类似设计。此外,法国首名宇航员让-卢克·克雷蒂安参与了“海洋空间站”的设计工作。



“海洋空间站”雏形

按鲁热里的设想,“海洋空间站”首航将搭载18人,其中包括6名船员和6名科学家,还可搭载6名乘客。这些先行者可能是曾在严酷环境中接受过训练的宇航员,也可能是研究人类在潜艇内行为的科研人员。

## 探索海洋

鲁热里希望“海洋空间站”能成为海洋中的“宇宙空间站”,为探索海洋世界提供一扇“窗”,同时帮助科学家们研究海洋与全球气候变化之间的联系。

直到最近50年间我们才发现海洋里有四季、沙漠、森林和各种各样的生物。未来食物和药物将来自海洋,“他说,我们同时意识到海洋在我们星球的生态平衡中扮演重要角色。”

鲁热里设计“海洋空间站”的目的就是为科学家们提供实施海洋科考的平台。海洋学家只能潜入海里一会儿就必须回到水面上,“鲁热里说,这就好像去亚马孙丛林科考,一小时后就必须乘直升机离开。”《泰晤士报》说,“海洋空间站”也许代表着海洋科考的未来。

## 充满信心

鲁热里现年64岁,对海洋的热爱促使他设计出“海洋空间站”。鲁热里的家和办公室都在船上。在建筑界,他以水中建筑设计闻名,他最新作品是位于埃及亚历山大的水下考古博物馆。鲁热里希望建造6艘“海洋空间站”科考船。第一艘预计耗资大约3500万欧元,鲁热里眼下已筹集到一半资金。

“一年前,造船可能性是50%,”他说,现在我可以说是90%。”鲁热里的信心并非毫无根据。今年夏天,法国总统尼古拉·萨科齐在一次演讲中提及“海洋空间站”。此外,建造“海洋空间站”的计划得到法国海军造船局、大型军工企业泰雷兹阿莱尼亚宇航公司等企业的支持。

林昊 新华社

## 动物世界

## 瑞典一起凶杀案 警方找到“替罪鹿”

瑞典一年多以前发生的凶杀案近日再次成为了人们关注的焦点,原因是警方在排除了死者丈夫英格玛的谋杀嫌疑以后,转而将一只驼鹿列为最大“嫌疑人”。



驼鹿

据现年69岁的英格玛介绍,2008年9月的一天,63岁的妻子阿涅塔在外出遛狗后一直未归,于是英格玛出去寻找。结果,英格玛在他们家附近的森林里发现阿涅塔的尸体。随后,当地警方怀疑是英格玛杀害了自己的妻子,于是将其逮捕。在拘留了10天以后,英格玛被释放回家,因为警方未能找到英格玛杀害的任何证据。自那之后,警方始终未能破案。

近日,有媒体报道说,由于法医在阿涅塔的衣服上发现了驼鹿的茸毛和唾液,所以警方认为是驼鹿杀死了阿涅

塔。此消息一出,立即引发了当地民众的极大争议。有人认为,驼鹿是一种怕人的动物,见到人以后它们会躲得远远的,因此不可能是凶手,警方此举是在“敷衍了事”。而瑞典国际广播电台则在节目中解释说,虽然驼鹿平时很温顺,但它们吃了腐烂的苹果以后会性情大变,极具“攻击性”。

英格玛在接受采访时说:“自从阿涅塔遇害以来,我们全家都在经历着噩梦般的日子。我们希望警方能够尽快查明真相,惩治真凶。”中国日报

## 美便利店顾客盈门 全因有个“狗店员”

俗话说狗是人类最好的朋友,然而令人没有想到的是,狗也能成为人类“最好的雇员”。在美国佛罗里达州克利夫沃特市一家加油站便利店中,一只叫做科迪的拉布拉多猎犬天天都穿着一身黑色的店员工作服上班,导致这家便利店在经济危机阴影下仍然生意红火!

这只拉布拉多猎犬名叫“科迪”。据科迪的主人卡里姆·曼苏尔称,科迪是3年前他的一个朋友离婚后送给他的,5个月前,他决定带着科迪一起到这家便利商店中上凌晨后的早班。因为在美国,夜班或早班都是相对比较危险的班次,便利店经常会在这个时段遭到劫匪的抢劫。而有科迪陪自己上早班,卡里姆感到放心多了。

出于玩笑的目的,卡里姆给猎犬科迪套上了一件黑色的店员工作服,并给科迪制作了一张“姓名牌”挂在胸前,让猎犬科迪成了这家便利店中的一名非正式“店员”。



“狗店员”科迪在欢迎顾客

让卡里姆没有想到的是,猎犬科迪竟是一个非常忠于职守的店员,它天天都会将一双前爪搁在商店柜台上,面对着商店大门和玻璃橱窗,用一双柔和的褐色眼睛谦逊地迎接八方顾客的到来。每当往来往的顾客将汽车停在这家便利店门口,看到不是商店店员,而是一名身穿工作服的猎狗在迎接他们时,那些首次光临这家便利店的顾客全都会惊得目瞪口呆。

即使是那些因为经济不景气导致收入下降、充满怨气的建筑工人走进这家便利店,看到这只“狗店员”后,也会展露露出一丝久违的笑容。

卡里姆称,在过去几个月中,“狗店员”科迪已经成了当地的“名人”,许多顾客只为了看一看这只“狗店员”,都专程开车来到这家便利商店中购物,导致这家便利店在经济危机阴影下仍顾客盈门!

据称,科迪还能做一些普通人无法做的事情,譬如它能给一些因为家庭纠纷或经济困难而心情抑郁的顾客带来安慰。不久前,一名妇女和丈夫吵架后来到我们的便利商店,她进来时仍在不住地咒骂和哭泣,科迪显然嗅出了某种不正常气氛,它走向这个妇女,用舌头舔她的手。这个妇女竟一屁股坐在地板上,向科迪诉起苦来。最后她停止了哭泣,并且看起来轻松多了。她当时一定在想:“终于有个人肯听我诉苦,并且不会和我还嘴了。”台文

## 前妻小他20岁 新欢小他40岁 澳大利亚富翁又高调结婚

当地时间29日,现年66岁的澳大利亚富豪埃德尔斯滕在墨尔本迎娶小自己40岁的娇妻布伊尼·戈登。在这起轰轰烈烈的老少配婚礼背后,更多人认为这是埃德尔斯滕在宣告自己重返江湖……

## 邀请当红艺人主持

虽然这场婚礼在普通人眼里不伦不类,自己也属于过气明星,但是66岁的新郎埃德尔斯滕还是希望能够吸引大众的目光。这场据称是今年在墨尔本举行的规模最大的婚礼在墨尔本皇冠酒店举行,他不仅邀请当红电视明星担任婚礼主持人,还邀请了来自世界各地的500位宾客捧场。而在新娘布伊尼·戈登的穿着上也豪掷千金。

## 爱开粉色车炫耀

生于1943年的埃德尔斯滕的经历可谓相当传奇,原是一名医生的他在上世纪70年代先后在悉尼、美国等地行医。不过他更具有商业头脑,在回国后,他将美国一站式连锁诊所引进澳大利亚经营,从而逐渐集聚财富并成为知名富豪。1985年,埃德尔斯滕还买下澳大利亚橄榄球联盟的悉尼天鹅队,从而成为澳大利亚第一个拥有橄榄球队的所有人。

39岁时,名利双收的他娶了小他20岁的模特利安妮为妻,他们经常开着粉色跑车以及粉色直升机出入各种社交场合,煞是惹人眼球。但是随后他经历了人生的低谷:在经过离

婚、破产相继打击之后,他更因雇佣黑社会人员殴打一名病人坐牢一年半。自此之后,他就在人们的眼前销声匿迹。

不过现在他又回来了,而且带着另外一个小他40岁的女人高调亮相。

## 与新娘算是闪婚

而新娘布伊尼·戈登的身份也一直是人们关注所在。据悉,戈登出生在美国。在从事个人健身教练以及就职于一家互联网音乐公司后,她遇到了“白马王子”。在一名朋友的介绍下,戈登和埃德尔斯滕在去年4月的一次小饮后互相留了电话。但是直到10月,他们才第一次约会。随后埃德尔斯滕带着26岁的戈登到处亮相,这段恋情才被人们所知。现在,戈登已经不再工作,她希望有一天自己能够走进时尚行业。信息时报



埃德尔斯滕与戈登

## 7岁“毕加索”画作被抢购

英国7岁男孩基龙·威廉森27日在家乡诺福克郡一家画廊举办个人画展,全部画作在14分钟内被一抢而空。

此时,距威廉森开始学画不过1年有余。

## 出师大吉

威廉森共展出16幅水彩画、油画和蜡笔画,描绘了海滨、码头、日落、教堂等风景。

画廊负责人阿德里安·希尔介绍,人们被威廉森的绘画技艺震惊,日本、加拿大和德国的收藏家快把热线打爆了。

英国《观察家报》29日援引希尔的话报道:这令人难以置信。画展几乎还没有开始就已经结束。我遇到过过画被一抢而空的情况,但从没见过抢得这么快的。”他说,所有作品共卖出1.7万英镑。

画展当天,威廉森的母亲赶到现场,发现作品已被卖光,当然惊讶,我们为威廉森高兴。毕竟对于艺术作品来说,

其他人的评价至关重要。”

## 绘画天赋

威廉森2008年随家人到德文郡和康沃尔郡度假时第一次拿起画笔,画下一艘小船。

此后,他的绘画水平迅速提高,掌握各种绘画技巧,尤以画海滨和乡村风景见长。他成熟的画风以及不容置疑的绘画天赋得到专业人士肯定。人们把他比作“小毕加索”。

希尔说:威廉森是当今最令人们艳羡的英国艺术家之一。他大红大紫。我认为能和他比拟的少年艺术家只有年少时的毕加索。威廉森还在不断进步。他的进步速度令人惊叹。”

他告诉《观察家报》:威廉森年纪轻轻就掌握各种绘画技巧,对一些画家而言,达到他的程度需要很多年。在过去半年里,他完成了一些相当杰出的作品,绘画基调、色彩、明暗都令人叫绝。” 燕玄 新华社

## 开瑞海尔联手出击 开创微车营销新战略

奇瑞旗下开瑞微车与海尔扛着“开瑞优礼送,海尔带回家”的大旗,昂首挺胸走上了战场。虽然品牌联合促销在营销上并非首次出现,然而在微车领域却是开瑞拔得头筹。

目前进行中的开瑞微车与海尔联合营销是一次线上线下的“双互动”,作为一种较为新型的微车营销模式,与传统的、单纯的促销推广不同。仔细剖析个中原因,我们不难从中看出一些端倪:

## 单挑 or 群殴

如今,一个企业或品牌单打独斗的时代早已结束,因为任何一个优秀的品牌,由于特征的单一性,受“外部性”的影响多,企业所付出的成本也将会大幅增加。基于以上原因开瑞微车同海尔家电联合营销,通过行业与行业之间的相

互渗透和相互融合,品牌与品牌之间的相互映衬和相互诠释,实现了品牌从平面到立体、由表层进入纵深、从被动接受转为主动认可,使企业整体品牌形象和品牌联想更具张力,对合作双方均有裨益,让各自品牌在目标消费群体中得到一致的认可。

## 匹配 or 相悖

在具体的实践过程中,两个合作品牌的每个方面是匹配还是相悖尤为关键:比如产品方面,产品是否都面向一个类似的目标消费群体;又如渠道方面,两个合作品牌的渠道是否能够共享?能否互相借助对方的资源,在二三线城市进行营销渠道创新?联合营销要适合才能使联合营销1+1>2获得双赢。

## 分流 or 合流

两个品牌联合促销,首先

在产品属性上要具备相对独立性。合作不是对各产品在功能上进行相互的补充;如相机和胶卷、复印机与耗材;而是产品本身能够相互独立存在,各取所需,是基于一种共性和共同的特质,基于产品本身以外的互补如渠道、品牌内涵、产品人气或者消费群体。

最后,我们应该看到这次联合营销作为一种新的促销方式,其本质的核心在于“创新”,目的在于通过创新实现“双赢”。开瑞联手海尔这个首屈一指的家电老大,能够增加不少胜算砝码;毕竟海尔的产品、服务已得到市场的认可,加之一系列的促销优惠、抽奖等配合,也为本次促销增添了不少催化力。结局如何,两大品牌能否演绎出1+1>2的传奇,我们拭目以待。

## 东非白化病人遭人体贩子追杀

东非有种愚昧的观念认为白化病人的身体具有魔力,导致东非许多白化病人被杀害,尸体被贩卖,因此上万白化病人为了保命而四处藏匿,丧心病狂的商人卖掉一具尸体能获利7.5万美元。

## 白色恐怖

自2007年以来,已经有44个白化病人在坦桑尼亚被杀死,布隆迪14个,这在东非的白化病人中引起极大恐慌。

根据红十字会和新月会国际联盟上周发布的报告显示,自有白化病人被杀害以来,至少有1万白化病人被迫迁徙他乡或四处藏匿。

36岁的白化病人玛丽有6个孩子,她说只有在工作或者与丈夫孩子在家时才有安全感,“不管我去哪里,人们都会对我品头论足,说我的手脚在坦桑尼亚值一大笔钱。我很怕听到这种言论,都不敢独自出门了。”

10月底,坦桑尼亚发生一起针对白化病人的最新一起谋杀案。10岁男孩加斯珀头、脚都被砍掉,他父亲为了保护儿子也受了重伤。

## 东非迷信

白化病是一种遗传疾病,但只有在父母双方都携带白化病基因的情况下,子女才会得此病。白化病人玛丽的6个小孩就都很正常。

人们之所以认为白化病人身体有魔力能带来好运,是因为非洲巫医长期蒙骗而造成的。白化病人身体买卖主要在坦桑尼亚,在那里一整套人体,包括四肢、生殖器、耳朵、舌头和鼻子能卖7.5万美元。富人们把这些人体当护身符买下,认为它们能带来好运与财富。

肯尼亚大约90%的白化病人都由单身母亲抚养,因为他们的父亲认为妻子和白人有外遇。 中国日报