

“中国企业队”扬威世界杯

天天出彩

体彩22选5(10158期)

中奖号码:01 16 17 21 22
奖级 中奖注数 每注金额
一等奖 23注 25706元
体彩排列3(10158期)

体彩排列3(10158期)

中奖号码:4 8 0
奖级 中奖注数 每注金额
排列3直选 5354注 1000元
排列3组选3 0注 320元
排列3组选6 6194注 160元

体彩排列5(10158期)

中奖号码:4 8 0 1 1
奖级 中奖注数 每注金额
排列5直选 29注 100000元
快乐扑克 2010-06-14

当日中奖注数:448注

当日中奖金额:25201元

体彩超级大乐透第10068期

开奖结果:
11 17 19 20 34 + 06 10
本期中奖情况
奖级 中奖注数 每注金额
一等奖 0注 0元
追加 0注 0元
二等奖 12注 210737元
追加 4注 126442元

江苏体彩5+1(10045期)

中奖号码:4 0 8 7 0 + 6
奖级 中奖注数 每注金额
特等奖 0注 0元
一等奖 0注 0元
二等奖 4注 300元

福彩3D游戏(2010158期)

中奖号码:3 3 2
奖等 江苏中奖注数 每注金额
单选 906注 1000元
组选3 1637注 320元
组选6 0注 160元

福彩东方6+1(2010068期)

中奖号码:1 7 5 8 6 4
生肖号码:鼠
奖级 中奖注数 每注金额
一等奖 0注 0元
二等奖 0注 0元

福彩15选5(2010158期)

中奖号码:2 3 4 10 15
奖等 中奖注数 每注金额
特别奖 0注 0元
一等奖 182注 2889元

福彩七乐彩(2010068期)

中奖的基本号码为:3 4 10 13 19 26 29
特别号码:12
奖级 中奖注数 每注金额
一等奖 4注 538069元

足彩“4场进球”(10071期)

中奖结果:11010130
奖等 中奖注数 每注金额
一等奖 89注 12731元

足彩“6场半胜负”(10065期)

中奖结果:111133331110
奖等 中奖注数 每注金额
一等奖 14注 40767元

南非世界杯比赛正在如火如荼地进行,不少球迷几天来惊喜地发现,国家足球队是没能冲出亚洲,但是世界杯的赛场上,却仍然有另一支庞大、强悍的“中国国家队”在赛场上争锋抢镜——这就是以英利能源、哈尔滨啤酒等为代表的,中国企业界的代表队。

世界杯主赛场的中国身影

本届世界杯揭幕战上,除了球场上双方运动员的争抢场面外,最频繁出现、最挤占镜头的,就得算是场边那一溜排100多米、几乎与足球场等长的翻牌广告了。

而让中国球迷感到有些自豪又颇多惊奇的是,在那些诸如“可口可乐”“VISA”“阿迪达斯”“麦当劳”等世界杯赞助的常客们中,出现了陌生的四个汉字“中国英利”,接着,又会翻出同样蓝白色调的“Yingli Solar”英文标识。而且,从此开始,南非世界杯的各个赛场上,无论是阿根廷放倒非洲冠军尼日利亚的绝杀,还是美国逼平英格兰的血战中,所有的比赛赛场上都会看到这个非常醒目的中国身影。

总部设在河北保定的英利品牌创建于1987年,英利集团是以以新能源投资与经营管理为主业的国际化企业集团,目前太阳能光伏产业是其最具优势的主业,集团旗下实际控制的有英利绿色能源、英利新能源、英利能源(中国)、六九硅业公司等近二十家子分公司。旗下

的海外控股公司英利绿色能源控股有限公司,则于2007年成功在纽约证券交易所上市,股票代码为“YGE”,是河北省第一家在纽交所主板上市的企业。现年销售规模约120亿~150亿人民币。

除了掏钱在世界杯上打广告,英利也没有放过在世界杯直接推销自己产品的机会,英利绿色能源同时与国际足联签约,为2010年世界杯足球赛的20座官方体育场安装光伏组件。

哈啤借道百威英博

而同样牛气的“中国队队员”,还包括哈尔滨啤酒。这个号称中国最早的啤酒生产企业,这一回赫然在自己的包装上标明——“FIFA 2010南非世界杯官方合作伙伴”“官方指定啤酒”等“官家字样”。记者在南京的超市和饭店里,都看到了有着这种包装的瓶装或者罐装哈啤。

与英利相同的是,哈啤也出现在世界杯赛场边那寸土寸金的广告牌上,并且是以官方指定啤酒的身份,在一些有世界杯官方认定的转播现场、公共活动中,哈啤享有唯一出现的权利。在中国国内诸如世界杯主题广告、世界杯纪念包装、世界杯主题大篷车、足球技巧训练营以及消费者促销活动和一些国际足联官方的网络在线互动中,哈尔滨啤酒都有着独一无二的上镜权。

哈啤是通过自己的控股企业百威英博曲线登陆世界杯的,由于百威与英利一样,本身是本届世界杯的官方赞助商,所以哈啤作为一个下属品牌,成功挤掉了其他啤酒品牌世界杯期间的官方黄金宣传机会。百威英博方面表示,哈啤

能够赢得“世界杯啤酒”的资格,就同时是赢得了世界级口碑。

8000万美元买入场券

国际足联拒绝公布每一个赞助商的具体入场的价码,但是代价高昂是铁定的。

这从国际足联的公开信息就能窥见一斑,在瑞士注册的国际足联公布的2006年财报显示,当年德国世界杯转播权收益达到4.11亿欧元,营销收入达到1.74亿欧元。而根据英国金融报纸刊登的信息,国际足联今年的世界杯赞助商最低起步价是8000万美元,但是另外一些国外媒体则报道称6500万美元是底价,无论如何,没有大几千万美元,英利们是不可能拿到入场券的。

价码虽高,收益则更为可观和诱人。阿迪达斯是国际足联老牌商业伙伴了,该公司预计,在世界杯效应的推动下,2010年净利润将在4亿至4.5亿欧元之间。《观察家报》援引业内专家的话说,在世界杯上,每投入1欧元,就有机会赚回4欧元。

付出巨款,中国的企业能获得什么回报呢?记者了解到,根据与国际足联签署的协议,英利绿色能源将享有包括部分门票、场地广告宣传权和媒体版权在内的全球市场营销权,以及在世界杯足球赛场馆内的球迷乐园展示其太阳能产品的权利。此外,协议还允许英利绿色能源将其公司标志与国际足联标志联合使用,在所有分销环节中为其产品和服务进行广告宣传或推广工作。即使是搭车的哈尔滨啤酒,也可以有资格出人去南非比赛现场,为世界杯全场最佳球员颁奖。

快报记者 成小川

传李嘉诚 10亿港元入股农行

农业银行初步推介,市场消息指香港富豪李嘉诚、李兆基拟分别投入10亿港元入股农行。此外,农行将与更多国际性银行展开合作,本月内将签订一系列战略合作协议。

据了解,农行计划本次A+H引入的基础投资者都有一年的禁售期。市场消息称,新加坡淡马锡计划以3亿美元入股农行,而香港长江实业主席李嘉诚及恒基地产主席李兆基则各以10亿港元入股。 新浪

IPO重启一周年 超募资金2千亿

去年6月10日,A股IPO第七次重启。据Wind资讯统计,IPO重启以来证监会共审核371个IPO,通过率达83.02%,共有57个IPO申请被否,有6个曾被取消审核。而从去年IPO重启至今,264家公司挂牌上市,成功募集资金达4000亿元,其中257只新股出现超募现象,超募资金规模达到2072亿。 一财

金风H股IPO告吹

金风科技昨日下午在港交所发表公告称,撤销规模约80亿港元的IPO交易,成为上月以来香港股市搁置的第五宗IPO。

金风科技表示,鉴于市场环境恶化以及市场意外的出现剧烈波动,现在全球发售并非明智之举。金风科技原计划发行3.953亿股H股,发行价指导区间为每股19.8-23港元。 网易

《家装自助餐》实现阳光装修

自助式整体家装

| 面积 | 半包价 | 主材价 | 全包价 | 备注 |
|-------------------|--------|--------|---------|----------|
| 60m ² | 1.28万元 | 1.50万元 | 2.78万元 | 二室一厅一厨一卫 |
| 90m ² | 1.60万元 | 1.60万元 | 3.20万元 | 二室二厅一厨一卫 |
| 120m ² | 2.28万元 | 2.00万元 | 4.28万元 | 三室二厅一厨一卫 |
| 160m ² | 2.80万元 | 3.00万元 | 5.80万元 | 四室二厅一厨二卫 |
| 238m ² | 8.50万元 | 6.50万元 | 15.00万元 | 别墅 |

注:不含水电改造 本报价仅供参考

客户专栏

现在装修最难的是什么?维权!在装修过程中经常出现很多扯皮或质量问题,主要体现在几个方面:一、广告宣传的价格和实际报价相差太大;二、预算中故意漏项,并以捆绑的形式强迫业主买主材;三、材料以次充好,以假乱真;四、给客户开“家装课堂”讲座,行内的话叫“洗脑”,且先交定金后量房,定金不退;五、以低价位套头签单,开工后再增项。有很多业主对施工质量和乱增项不满意,他们就给停工,这样在给业主带来烦恼的同时也带来很多损失,要想维权打官司,有些地方又扯不清楚,拖延时间又很长。南京装饰公司大大小小几千家,有几家是为客户着想的?不相信您可以看看网上的投诉,他们就是利用业主不懂图纸和预算,忽悠客户,加上客户的自我保护意识淡薄,往往都是在签了合同后才大呼上当!而我悠园装饰自2007年推出《家装自助餐》阳光装修以来,深得新老客户的好评,它的主要特点是:一、每个项目明码标价,固定不变;二、不强买强卖,自主选择;三、报价不漏项,合理利润不打折;四、全部使用08版家装合同,确保环保和施工质量。

悠园公司成立七年来,始终坚持诚信服务,把客户的利益放在第一位,坚持创新理念,更好的为客户服务,真正实现阳光装修!



86650913



497118670

家装自助餐项目价格表

| 水电系列:水(单位:按延长米计算)(价格以元为单位) | | | | |
|----------------------------|--------|-------|--------|-----------------------|
| 项目名称 | 材料成本 | 辅材成本 | 人工费 | 单位 单价 |
| 16水管 | 7.80 | 6.20 | 1.50 | m 31.50 |
| 20水管 | 8.80 | 7.50 | 20.20 | m 36.50 |
| 淋浴 | 25.00 | | 5.00 | 只 30.00 |
| 水电系列:强、弱电(单位:按延长米计算) | | | | |
| BV1.5m ² 线 | 1.90 | 1.70 | 8.90 | m 10.50 |
| BV2.5m ² 线 | 2.58 | 2.10 | 9.92 | m 13.50 |
| BV4.0m ² 线 | 5.00 | 3.00 | 10.00 | m 18.00 |
| BV6.0m ² 线 | 3.50 | 3.00 | 13.50 | m 20.00 |
| 网络、电话线 | 2.00 | 1.70 | 8.90 | m 10.50 |
| 有线电视线 | 2.20 | 2.80 | 7.00 | m 17.00 |
| 扣板吊顶:橱房吊柜系列 | | | | |
| 木龙骨铝塑板吊柜 | 16.00 | 5.00 | 25.00 | m ² 79.00 |
| 橱房吊柜 | 102.00 | 10.00 | 80.00 | m 192.00 |
| 橱房地柜 | 323.00 | 25.00 | 100.00 | m 448.00 |
| 人造石台面 | 195.00 | 5.00 | 30.00 | m 270.00 |
| 泥瓦工系列 | | | | |
| 青墙砖 | 6.00 | 2.00 | 20.00 | m ² 28.00 |
| 无缝砖 | 8.00 | 2.00 | 22.00 | m ² 32.00 |
| 500X500以上 | 8.00 | 6.00 | 22.00 | m ² 36.00 |
| 门窗系列 | | | | |
| 工程断桥铝(断桥铝) | 195.00 | 15.00 | 80.00 | m 290.00 |
| 工程断桥铝(断桥铝) | 235.00 | 15.00 | 60.00 | m 310.00 |
| 实木工艺(断桥铝) | 445.00 | 15.00 | 120.00 | m 580.00 |
| 门套系列 | | | | |
| 进口门门套 | 20.00 | 3.00 | 28.00 | m 46.00 |
| 标准门套 | 32.20 | 5.00 | 29.00 | m 66.20 |
| 欧式门套 | 46.80 | 8.00 | 23.00 | m 77.80 |
| 欧式门套 | 31.00 | 5.00 | 31.00 | m 67.00 |
| 欧式门套 | 46.80 | 8.00 | 23.00 | m 77.80 |
| 石膏板吊顶 | | | | |
| 木龙骨石膏板 | 15.00 | 8.00 | 30.00 | m ² 53.00 |
| 木龙骨灯槽吊顶 | 28.00 | 12.00 | 40.00 | m ² 80.00 |
| 家具系列:大衣柜(按展开面积计算) | | | | |
| 木工大衣柜 | 79.00 | 2.00 | 30.00 | m ² 110.00 |
| 颗粒板大衣柜 | 61.00 | 1.50 | 30.00 | m ² 92.50 |
| 实木大衣柜(实木) | 110.00 | 15.00 | 30.00 | m ² 155.00 |
| 油漆系列 | | | | |
| 清水漆(手扫) | 11.00 | 3.00 | 25.00 | m ² 39.00 |
| 清水漆(机喷) | 15.80 | 4.50 | 30.00 | m ² 50.30 |
| 混水漆(机喷) | 23.00 | 6.50 | 30.00 | m ² 59.50 |
| 硝基漆(机喷) | 25.00 | 6.00 | 35.00 | m ² 66.00 |
| 乳胶漆系列 | | | | |
| 多乐士超易洗底漆 | 7.80 | 3.00 | 8.50 | m ² 14.30 |
| 多乐士超易洗面漆 | 5.50 | 1.00 | 2.50 | m ² 9.00 |
| 多乐士精装五合一底漆 | 4.00 | 3.00 | 10.00 | m ² 17.00 |
| 多乐士五合一面漆 | 8.50 | 1.00 | 3.00 | m ² 12.50 |
| 3A漆 | 3.80 | 3.00 | 9.00 | m ² 14.80 |
| 立邦美博士 | 3.00 | 3.00 | 9.00 | m ² 15.00 |

报纸版面小,报价不全,请客户谅解!详情到公司见《家装自助餐》正本

《百姓谈家装》

提到品牌,大家耳熟能详。其实品牌就是商品的名称,也就是大家所说的这个商品质量好的意思,但不是名牌。

随着国家对房地产市场调控措施的出台,整个房地产市场乱涨价得到了控制。房地产的销售也受到了很大的影响,很多楼盘搞促销打折让利,可是老百姓并不买账,因为他们没有考虑老百姓的利益,家装市场也受到了很大的影响,不少装饰公司由于不懂经营和管理面临着倒闭,还有些装饰公司为了抢占市场,搞展会打折让利招揽客户,也有装饰公司是利用品牌来吸引客户,作为客户谁都想找一家质量、信誉好的公司,可靠!可就是这些打着“品牌”幌子的公司,说什么专门做高端客户,但大家没想到的是:他们利用客户不懂报价,一是把单价报的很高,二是故意漏项及工程,开工后再增加项目来骗取客户的利益;他们还利用设计来收取高额的设计费,漫天要价,等客户签了合同开工后才知道上当;有些装饰公司还利用设计师帮客户买材料拿客户的回扣,这样的企业能称为品牌吗?他们唯利是图,不讲诚信,用牺牲客户的利益来达到自己的目的。

我认为他们所说的“品牌”只剩牌而没有品了。请您抽点时间查看网上投诉,企业品牌不是靠广告吹出来的。您的装饰公司是不是品牌,用户是最权威的见证人,客户才是真正品牌的裁判!

