



用心记录你的故事

倾诉人:豆豆 26岁 时间:1月12日 地点:新街口某咖啡厅 记录:快报记者 梅剑飞
(为保护当事人隐私,已在细节上作技术处理,文中人物皆为化名,请勿对号入座)

我问他想没想过在南京买套房子

他回我:婚前财产不是共同财产

俊伟展开长篇大论,他为自己辩护:“我是没有房子,这只能说明我目前的处境不是很优越,但是你的目光必须要长远,几年后,房子车子全都会有,那时候,那些财产,也有你的一半。”

他一封接一封给我写情书

俊伟给我写情书,一封接一封,好像有源源不绝的话要对我说。这个年代竟然还有人青睐手写情书,我觉得很好玩,抱着好奇的心态,拆开他的来信。一来二去,我对俊伟有了好感。

2011年11月,俊伟约我看电影,这是我们第二次正式见面——第一次见面是在朋友聚会上,之后,俊伟就开始追求我。

看完电影,我们在德基广场转了一会。俊伟对我能够接受他的邀请表示感谢,他说:“你能做我女朋友吗?”我没法回答他。俊伟给我写了十几封信。

俊伟在南京三年了,他讲述自己的奋斗历程,说到自己还没有房子的时候,我犹豫了。

并不是我太看重房子,可房子是男人的身份与实力的象征之一。

俊伟手里显然没多少钱,他以为,用一腔真心就能打动我。

送玫瑰吟诗喝咖啡,让我心里空落落的

和身边已婚或者正在恋爱的好友相比,我的择偶对象不应该比她们的差吧?她们的老公或者男朋友条件都不错。原则上,我不能接受俊伟这样的人。开头看他满怀自信,我猜测他或许有房有车呢,事实上,他几乎没什么资产。

我被俊伟华丽的开始蒙住了。

他捧着玫瑰站在我面前,流利地说了几句顺口溜(他说

是诗),我在刺耳声中反感这一切,这一切,根本不浪漫!

接连和俊伟见了数次,我的耐心渐渐耗尽。想到他和我闺蜜的老公总有那么一截差距,我心里空落落的。

2011年12月,俊伟约我出来玩。这一天,他留意到我的冷淡,问我是不是遇到不开心的事了。

坐在俊伟身旁,喝着咖啡——他对咖啡情有独钟。我

想挑明心中的疑惑。

我说:“你储蓄卡上有多少钱?”

俊伟愣了愣,“问这个干什么?”

我说:“你挺讲究生活品位的,应该很有钱才是。”

俊伟说:“人不能被生活所累,人……”

“人生观倒是与众不同。”

我打断俊伟,“你没想过在南京买个房子?”

他说,不能为房子去出卖自己的感情

俊伟像大彻大悟似的“哦”了一声,他说:“我买不买房子和你有多大关系?”

我被他的话噎住,脸涨得通红。俊伟笑着说:“别激动,你仔细想一想婚姻法上的内容,婚前财产不是共有财产……”

俊伟解释着他的理论,即便买了房子,也不是我的,如果我们合起来买房,那才属于夫妻双方共有。他说:“最主要的是找个靠谱的人,为一个房子而烦恼,傻不傻?”

我似懂非懂。俊伟展开长篇大论,他为自己辩护:“我是没有房子,这只能说明我目前

的处境不是很优越,但是你的目光必须要长远,几年后,房子车子全都会有,那时候,那些财产,也有你的一半。”

我说:“谁看中你的财产了?”

俊伟说:“没说你会贪图物质,我是说,你的观念要与时俱进,不能为一套房子去出卖自己的感情。”

我被俊伟说得哑口无言。

喝干杯中的咖啡,我绞尽脑汁想表达点什么。俊伟说:“实话实说,我不想失去你,所以才跟你说这么多。你若认为是我没有胡说八道,就干脆点和我好好相处。我保证你将来

会幸福。”

原先,我给自己的定位是起码找一个熟透的苹果,可俊伟只是一个青苹果,他坦白自己物质贫瘠,然而未来“有无限希望”。

况且即便他现在有房子,也不属于我。

走出咖啡店,我头昏脑涨,很想休息。和俊伟道别,坐上地铁从新街口回兴隆大街。

到兴隆大街,出地铁口,俊伟悄无声息地跟在后面,我质问他鬼鬼祟祟干嘛?

他说:“担心你出事啊!我的话说得是不是太重了,你看上去很不开心。”

知道男朋友会送花 但没想到请了个“月老”送来



小杨扮成月老送花

身穿喜庆的红色外衣,戴着雪白的须发,手捧大束鲜花,走起路来不紧不慢。昨天上午,中山南路三山街附近,一名扮作月老的小伙子一出现,就引起路人的围观。

小伙子姓杨,是个85后工科男生,在一家花店工作,他正在帮一位客户送花。客户的女朋友卢小姐过生日,小杨按照他的要求,扮作月老送花。“这叫月老牵线,给她个惊喜。”

小杨说,他的这种送花方式是新创意,南京乃至全国都不多见。“我知道外地有人扮小丑送花,但形式太单一。我会根据不同场景,扮演不同角色,给人们送花。”他说,除了扮月老,还可以扮寿星、财神、天使、圣诞老人等。这些人物形象都很讨喜,让收到花的人感觉不一般。

走了近半个小时后,小杨将鲜花送到卢小姐手中。卢小姐一脸惊喜地收下花,“呵呵!这种送花方式我还是第一次见。”她知道男朋友会给自己送花,但没想到会送得那么别致。

完成一次成功的“月老牵线”后,小杨满脸轻松,他说自己下午还有几单要跑,为不同的人送去鲜花、祝福和惊喜。

“我是学工科的,现在做那么诗情画意的东西,感觉还不错。”小杨说,2008年大学毕业后,他找了一份跟医药器械销售有关的工作。2011年春天,他得知有人要投资搞连锁店,小杨很有兴趣,就跳槽,成了这家公司的连锁事业部负责人。

“扮不同的角色送花是我们的特色,很多年轻人都很喜欢。”小杨说,每逢重要节日,有不少客户从他这里订花送人。除了送花,他们还准备一些贺卡、糖果之类的小礼物赠送。

一身新奇装扮的小杨走在街上,回头率很高,他说从不感到紧张。“如果目的地近的话,我还会选择走过去,这样能很好地宣传一下自己。”

快报记者 付瑞利 文/摄

购松下洁乐 ME 系列智能便座产品赠 500 元超市卡,购松下洁乐 EE 系列智能便座产品赠 200 至 300 元超市卡,迎新春,松下洁乐新春送温暖,更多好礼送不停。

松下洁乐:2012年,希望智能便座惠及中国千家万户

“智能便座”对于中国家庭来说已不再陌生和充满神秘感了,最近国内掀起了一场马桶智能化升级风暴,世界 500 强企业松下电器旗下松下洁乐智能便座正以迅雷不及掩耳之势走入了千家万户,开创了中国家居卫浴智能化的新时代。

松下洁乐“四大领先”,让品质更出众

松下洁乐智能便座的科技水平,那是世界公认的“领先一步”。工艺领先,一段式无缝不锈钢喷嘴,堵住了污垢入侵的大门,喷头自洁功能像给自己洗澡,避免细菌滋生;便圈上表面材质领先,日本 SIAA 抗菌协会认证的 99% 抗菌材料,健康更安心;环保领先,8 小

时节能模式,自动除臭功能,更加节能环保;时尚领先,纯情白,高雅紫,大方粉,高贵的金属色系等,不同款式,不同的颜色,为您打造时尚个性卫浴新空间。

“不换马桶,只换盖”,30 分钟完成智能化,实惠更健康!

智能便座虽然得到大多数家庭认知,但在消费上还存在误区,一是认为安装麻烦,要更换整只马桶;二是有洁净度和健康方面的顾虑。其实不然,凡是用过松下洁乐智能便座的消费者都赞不绝口,使用了两年的陈先生对加热、温水冲洗比较满意;“不用在卫生间大动干戈,只要换个马桶盖子,冬天上厕所就不再冷冰冰;常坐办公室的人容易便秘,按摩清洗

帮助促进便意,感觉很舒服!”对于品牌,大多数消费者称,松下洁乐是信得过的国际大品牌,价格从 2000~5000 元等不同档次,多层面满足中国家庭需要。安装后天天都要用,家里人人都要用,完全可以接受,消费得起。

松下洁乐最新 ME 系列尊贵上市,奢华与舒适完美结合,科技畅享生活。

迎春节,在此期间松下洁乐 DL-ME35、ME45 尊贵上市,至臻完美。智能遥控、电动开闭,使用方便轻松;喷头温水自洁,消除了卫生隐患;8 小时停模式,智能节电;新工艺装饰板,金银两色,高档华贵。彻底颠覆了以往的“如厕”习惯,满足处于生理期的女



性、痔疮患者、行动不便的老人、孕妇及时尚人士等的特殊需求,长期使用也能有效缓解疲劳、预防疾病。

垂询电话: 025-68804933, 025-84814949

苏果“年货大街”本周末全面开集

随着春节的临近,年货消费市场逐渐升温。昨日走访了苏果超市各大门店,发现店堂内充满了浓郁的春节气息,大红色的龙年吉祥物,火红喜庆的年货大街,各式的促销海报,旺盛的人气都预示年货市场已全面启动。

苏果相关负责人告诉记者,苏果年货大街活动时间从 1 月 11 日至 1 月 24 日,为了满足市民的需求,我们在年货商品品种、价格、活动方面都精心做了部署。

4000 多种特惠商品悉数投放市场

据介绍,为备战春节市场,苏果已早早完成了备货,特惠品种达到 4000 多种,也是历年来投放数量最多的一次。主要集中在食品、生鲜、百货、休闲、3C 等年货热销商品,除了价格比平时优惠 5%~20% 之外,还开展“满就送”活动。1 月 14 日~15 日,凡在华润苏果购物广场购满 188 元,社区店、平价店购满 128 元,即送龙年新春大礼包。凡在标准超

市、生活超市购满 38 元,苏果便利店、好的便利店满 18 元,SG 满 48 元,即送红包一组。苏果相关负责人表示,苏果将利用多业态组合优势满足不同特点、不同市场的消费需求,发挥一个大型零售企业在扩大内需、引导消费等方面的积极作用,也使消费者过一个祥和快乐的春节。

“淘宝客”转股超市年货大街

由于年底快递成本过高,很多淘宝卖家挂出了“歇业”的牌子,提前回家过年。导致很多在网上购年货的淘宝一族转股超市实体店。来自某企业的白领王小姐告诉记者,“今年本来准备在淘宝上购买年货的,商品都选好了,卖家却告知发不了货,要等到节后才能发货。所以决定改变购物计划。”王小姐表示,“去苏果年货大街逛了逛,发现很多商品并不比网上贵,而且选择面更宽,还可以参加活动。更重要的是在逛的过程中也享受到了节日的气氛。”据门店介绍,像王小姐这样的淘宝一族节日

期间转股实体店的并不在少数。团购大军涌现 传统年货依然受宠

企、事业单位的团购订单在本周也出现了高峰。清凉门店相关负责人告诉记者,“今年节前时间较紧,很多单位的团购消费也是集中爆发,传统年货如食用油、大米、各类干货的销量依然很大,占到整体团购订单的一半左右。此外,新兴的团购热点品类如电磁炉、电热水壶、电吹风、豆浆机等小家电销量也非常大,主要是用于年会抽奖等用途。”ipad、iphone、相机等数码产品最近也出现了消费高峰,来团购的企业也都是些相当有实力的企业。传统年货和新兴年货的结合,也让我们的年货市场增加了更多的潜力,同比增长达到 20%。”苏果黄金海岸店相关负责人介绍。



TCL 重磅利好不断, 全线发力带来最“惠”春节

——元旦热销、年销量 1086 万台、携央视首推网络 3D 春晚

元旦期间 TCL 销售一路飙升,创下云电视上市以来最好业绩,取得 2012 的“开门红”,同时 TCL 全高清 3D 电视受益于央视 3D 频道开播及网络 3D 春晚的合作,销售一路走高。

去年,TCL 液晶电视销量达 1086 万台,代表中国企业首次与日韩彩电企业同列全球彩电千万级俱乐部。近日,TCL 又成了央视 3D 网络春晚独家 3D 云电视合作伙伴,携央视首推网络 3D 春晚!可谓风景这边独好。

TCL 近期能连续斩获三大重磅利好,除内部管理创新带来的效益外,主要还得益于 TCL 在云电视和 3D 电视领域强大的技术优势,及市场对云电视和 3D 电视日益增长的需求。

在云电视领域,TCL 接连斩获“年度最佳云体验产品”等行业大

奖;并携北京中怡康时代市场等专业机构联合推出云电视六大标准;在 3D 电视领域,TCL 也接连斩获“2010~2011 年度 3D 电视标准行业典范”、“2011 年度最佳智能 3D 电视”等诸多大奖;被央视 3D 网络春晚誉为“收看 CCTV 首届网络 3D 春晚的最佳选择!”

据悉,为了回馈广大消费者对 TCL 的厚爱和支持,TCL 将在江苏全面开展“龙腾祥云,王牌贺岁”促销活动,TCL 顶级云 3D 电视将全线出击,倾力打造最“惠”新春。TCL 四大系列超级智能云电视 V8200、V7300、F3390、E5300 和全高清 3D 电视 E5000、P7200、E5200 等,将冰点底价出击,并有高清摄像头、无线鼠标、低音炮、新春礼包等千万好礼大放送,千万不能错过本次春节特惠盛宴!