

探秘宇宙，关爱地球

砂之船奥莱天文课堂本周末还有两场

截至目前，现代快报·ZAKER南京联动南京砂之船奥莱举办的暑期天文课堂已成功举办四期。其间，不仅有来自中国科学院紫金山天文台的老师讲述宇宙空间的奥秘，还有传拓老师现场拓印陨石。

接下来，还将有四场天文课堂在南京砂之船奥莱开讲，没来听过课的小朋友一定不要错过最后的精彩。

现代快报/ZAKER南京记者 刘德杰

▶砂之船奥莱天文课堂现场



陨石拓印，把“星星”带回家

3000年前的古人如何通过立竿见影的原理推算出一年的天数？陨石如何来到地球？在7月28日、29日南京砂之船奥莱星空课堂上，中国科学院紫金山天文台的樊莉平、王科超老师，深入浅出地给小朋友讲述了有趣的天文知识。其中，王科超老师关于陨石的讲课，让现场小朋友“脑洞大开”。

首期天文课堂，主办方将地球“外客”——陨石带到了活动现场。来自南京金石传拓社的执行社长持一老师还现场展示了传拓艺术，并对现场陨石进行了拓印，参与现场互动点赞数量靠前的小朋友，还获赠了陨石拓印作品，把“星星”带回了家。

现场“观星”，本周末继续

为了让小朋友对天文器材有更直观的了解，主办方将用于观测外太空的天文望远镜带到了现场，其中，“探索科学AR70AZ天文望远镜专业观星望远镜”及“探索科学AR80640天文望远镜”两台天文望远镜放置在主舞台，供小朋友们体验。同时，隐藏在商场里的两幅“星空照片”也已经放置好，小朋友们可以体验寻找。

接下来的8月4日、5日、11日、12日，还将有最后四场星空课堂开讲，本周末，主讲老师将是紫金山天文台的葛永良、樊莉平老师，将带我们肉眼领略宇宙空间以及太阳系的奥秘。同时，8月12日最后一场星空课堂，我们将

启动“未来领读者”，欢迎参与过星空课堂的小朋友，将感受写成文字现场分享。参与最后一场星空课堂的小朋友，还将获颁此次星空课堂的“天文小达人”证书。

每场活动，主办方依然为参与的小朋友准备了唯美的星空灯，同时参与到南京砂之船奥莱“寻找星球”的互动活动，当天活动获赞数最高的家庭，也将获得价值200元的砂之船奥莱储值卡。

● ● ● 报名方式

微信搜索“快报第一商业”关注公众号，发送报名信息到“天文小达人”，格式为：#天文小达人#姓名+年龄+手机号码，即可报名；或拨打现代快报96060热线报名。报名截止日期：2018年8月10日。

阿里巴巴联姻星爸爸

All in核心资源，打造新数字生活方式

8月2日，阿里巴巴正式牵手星巴克开启全面战略合作。阿里巴巴CEO张勇对于此次合作的定义是“结婚”，All in核心资源，为“一个更崇高的目标和更宏大的愿景”——打造数字时代的体验经济，为5.5亿的阿里消费者与700万星巴克会员提供贴心便捷的新型数字生活方式。

当然，这一切其实早有预兆。阿里巴巴创始人马云曾公开示爱：“我不喜欢喝咖啡，但我喜欢星巴克。”

马爸爸喜欢星爸爸，显然是出于彼此文化理念的认同，价值观的相似以及不断创新服务的欣赏。星巴克把员工视为伙伴，阿里人为自己的出身感到自豪。作为生活方式的一部分，星巴克为消费者营造除了家与公司的第三空间。阿里带领其朋友圈一起，不断创新商业模式，为消费者提供更多美好体验。“我们做的所有事情都是为了能够给用户带来更美好的生活。”张勇说。

在双方发言中，“体验”成为出现频次最高的关键词之一。这也成为阿里巴巴联手星巴克为用户打造的“第四空间”重要意义——数字化消费领域体验。“中国消费最核心是体验经济，体验消费。”张勇说，这将从每天人们都要使用的服务开始。

据悉，从今年9月中旬开

始，“随时随地一杯星巴克”将从北京上海开始逐步覆盖全国30个主要城市超过2000家门店，依托阿里旗下“饿了么”配送体系，星巴克将在位于北京和上海重点商圈的约150家门店试运行外送业务，随后逐步延伸至全国。不仅如此，星巴克还将与盒马深度合作，打造首家进驻盒马鲜生的零售品牌外送厨房——星巴克“外送星厨”。

当然，两大商业巨头联姻前，也有过“试婚”的日子。在上海南京西路，全球最大的星巴克烘焙工坊成了咖啡迷们的打卡圣地，不仅聚集了90后00后的年轻人，还有很多70后80后的父母把孩子一起带到店里，为他们点上一杯不含咖啡因的牛奶奶茶。这也是星巴克与阿里巴巴共同打造的全球最大智慧门店，消费者只要通过手机淘宝扫一扫，即可探索星巴克“从一颗咖啡生豆到一杯香醇咖啡”的故事，也可唤起“隐藏”的在线菜单查询功能；利用支付宝付款后，消费者还可以边逛边等，咖啡做好后，支付宝App会马上推送取餐提醒。

“星巴克的核心永远是咖啡本身和人与人之间的情感连接。”星巴克中国首席执行官王静瑛强调，星巴克对于咖啡的热爱和对极致体验的追求，无可替代。

现代快报/ZAKER南京记者 何玥颖

CF打造长江穿越之旅 “运输船”抵达南京

还记得CF经典的运输船地图吗？8月1日晚，一场特别的《穿越火线》玩家见面会在南京八卦洲川田船厂举办。19时许，在南京长江二桥下方江面，同步于此次活动的一艘大型运输船缓缓驶入了人们视野。其经典船身复刻和震撼实景效果，引起了现场情怀粉丝的疯狂打CALL。这艘大型运输船，正是根据《穿越火线》经典地图将游戏场景1:1还原，在十周年庆典之际为玩家们精心准备的最特别礼物。

现代快报/ZAKER南京记者 钱坤

腾讯有史以来“最大”游戏周边

据悉，为给《穿越火线》十周年庆典预热，此次CF开启了一次长达1800公里的穿越火线长江巡航。这艘运输船历经数天的精心设计和改装后，凭借匠心打造，被玩家趣称为“有史以来最大游戏周边”，在中国游戏史上也是鲜见的。

不管是藏身的集装箱、偷袭的暗道、狙击的高台都在船上一一重现，将CFer十年的记忆复刻到了现实之中，运输船从重庆出发，经武汉，来到南京，最终将抵达上海，并在长江沿岸的多个大城市举办了玩家见面会。

忽然间，CF就十年了

2007年CF内测，2008年CF公测，2018年CF整十年。官方数据显示CF注册用户数已达5.6亿，赛事观看人次破百亿；而CF手游上线3年来，注册用户已有2.5亿。全新的CFM2.0版本也将在近期正式上线。

区别于其他同类型产品，CF作为一款集大成的FPS游戏，近年来一直是端手游一起发力。腾讯互动娱乐火线合作部总经理许光谈道：“端游可以说是CF核心竞争力的大本营，因为CF本质上是一款竞技枪战游戏，它的竞技性会做得越来越好，会越来越有深度。”

下一个十年，CF要与时俱进

在许光看来，“十年的游戏”相对来说比较少，CF是比较具代表性的。CF有属于它自己的特质：CF永远尝试在旧的游戏里面融入新东西，让别人感觉你这个游戏永远有新东西；CF的运营和推广尽可能地推到不同的用户身边，这些都是CF成功的关键。

谈及未来十年，许光认为，十年前很多年轻用户是没有接触过游戏的，而现在的年轻用户在玩各类游戏。对CF来说，获取年轻用户的挑战在于大家都很懂游戏。“我们不能做那种跟风型的，或者是没有深刻把握、随随便便就上的游戏。我们要更加专注于产品是否有独创性、品质和定位。年轻的用户都很懂，否则为什么要玩你的游戏。”

南京CFer，我来了！



南京，
你好！

离开了武汉，我便风雨兼程驶向你；因为有了期盼，雷鸣电闪都阻止不了我的前行。对武汉是热情，对你是深情。

8月1日，真是个好日子，我终于如愿在南京与各位CFer见面了。

十年火线，千里穿越。这一次，一艘真正的运输船载着惊喜，来到你的城市找你。很高兴能够陪你，一起疯过那些年。南京的CFer，期待我们的下一个十年。