

爸爸已经没了,姐姐不能再没有你

男孩孤身赴太和寻亲,割腕自杀被记者劝下

星报讯(李振杰 记者 杨文艺) 9月3日中午,本报记者在太和县采访时,在公路边上恰巧遇到一外地男孩割腕自杀。经过记者和民警的共同努力,终于劝服他,挽救了一个年轻的生命。

9月3日12时30分许,记者到太和县采访,途经该县原墙镇一乡村公路桥时,发现路边有两位老年人在围着一男孩。记者走近一看,发现一男孩正坐在路边的桥栏杆上,左手拿着许多玻璃碎片;右手则拿着尖锐的玻璃在左胳膊的手臂上划了许多道口子,地上有大片血迹,胳膊上

的血还在不停往外流。记者经几次劝说无效后,试图夺下其手中的玻璃碎片,但他情绪激动,不让靠近。记者只有边耐心劝说,边偷偷报了警。

经过劝慰,男孩渐渐放松了戒备,从他断断续续的讲述中记者得知,这个男孩姓王,今年16岁,家住宿州市泗县农村,因父亲不久前不幸死亡,母亲带着姐姐离家出走。前段时间,他听说母亲把姐姐丢到太和县后便只身去了河南,他来到太和寻找姐姐。由于出门时身上没钱,小王便在太和县城的一家餐馆边打工边寻找姐

姐。前几天,他带着刚领到的四百元工资在太和县城某公园休息时,不慎把钱丢失。无奈之下,他沿着太和县城边的铁路走到了原墙镇附近。由于离家太远,举目无亲,又想到发生的这些事,男孩一时想不开,企图一死了之。

20分钟后,派出所民警赶到现场。民警了解情况后与当地医院取得联系,在记者和民警的耐心劝导下,小王终于放下手中的玻璃和民警一起到医院接受治疗。

民警告诉记者,他们会等小王治愈后将他送回家乡。

大乐透500万花落太湖

星报讯(记者 江锐) 9月3日,体彩超级大乐透第11103期开奖,我省太湖彩民用复式投注力擒500余万大奖。

当期大乐透的中奖号码为:03、04、26、29、34+01、03,最终中奖者以一注“03、04、11、12、16、24、26、27、29、34+01、03”的504元复式投注网中大。

获知中奖消息后,记者通过体彩中心机房,检索到了中奖点太湖15737号网点的联系方式,并与业主韦女士取得联系。据韦女士介绍,她位于太湖县三小附近的网点拥有多位技术型资深彩民,平时均采用复式投注,相信这次中奖的应该是他们中的一位。

由于采用了复式投注,这位彩民在中得一等奖的同时,还将收获三等奖等若干小奖,奖额近510万元。

贵金属投资论坛今日下午可领票

合肥共设四个领票点,有意参加者可就近免费领取



星报讯(记者 桑红青 李皖婷) 连日来,本报刊登了举办“兴业银行贵金属投资论坛·教师节专场”的消息。消息一经见报,关于如何参加此次论坛的咨询电话响个不停。“怎样才能参加论坛?”、“参加论坛活动是否要收费?”据悉,考虑到场地限制,主办方特印制了邀请函,有意参加的教师今日下午起可到领票点领取。

张教授是本报的忠实读者,也曾是省城一所高校的金融学专业的教授。退休两年来,他一直琢磨着利用自己的专业优势进行投资。年初以来,张教授发现黄金涨幅很快,可缺乏专业的投资贵金属知识让他举棋不定。

“在《市场星报》上看到你们要联合举办‘贵金属投资论坛·教师节专场’的消息,真是雪中送炭,也让我们这些老教师心里感觉很温暖。我想问问怎样才能参加?”张教授昨天一大早就致电本报。

据悉,此次论坛为公益活动,将邀请著名财经投资专家到场,围绕贵金属市场动态发展,梳理国际金融走势,研究如何观察理财产品的设计,如何在稳健前提下

追求相对的高收益,如何选择结构性贵金属产品、市场时机的把握等话题,与广大投资者展开分析交流。

从今天下午两点半开始,想要参加论坛的老师或对贵金属投资有兴趣的市民可以前往各领票点就近免费领取入场券。合肥四个领票点具体地点和联系方式:

市场星报社领票点,合肥市永红路10号市场星报社二楼热线室,电话:0551-2620110;兴业银行合肥分行,阜阳路99号兴业银行大厦,电话:0551-2669275;兴业银行黄山路支行,黄山路385号外运大厦,电话:0551-2153500、2153509;华茂黄金安徽亨得利,徽州大道418号金万通大厦,电话:4000187701。

马鞍山将举办李白诗歌节

国际粉丝同诵李白诗文

星报讯(记者 张发平) 昨日,记者从马鞍山市政府获悉,2011马鞍山中国李白诗歌节将于金秋十月在该市举办,其主体活动安排在9至10月,开幕式暨文艺演出拟定于10月15日左右。

据悉,开幕式暨文艺晚会以“长江之歌”为主题,将组织邀请日、韩及东南亚、欧美等国际友人和吟诗爱好者吟咏原创诗作及李白诗文等。另外,邀请省演艺集团演出3D黄梅戏新剧目《牛郎织女》,开展第二届“周末大舞台”、金秋花展及灯会等活动。

【中秋动态】脑白金中秋热销

现场调查:你是哪一派?

中秋将至,“今年过节不收礼,收礼还收脑白金”的广告又一次次出现在电视荧屏,引来不少观众的埋怨。与此同时,笔者又从本市各大超市、药店获悉:今年脑白金销量有望创下历史新高。

一边是怨,一边是买

笔者来到市中心一家大型超市,发现30分钟内,就有6名消费者选购了脑白金礼盒,其中4人同时选购了月饼礼盒。

资料显示:脑白金广告多年来一直是十大恶俗广告之一,同时又连续10年蝉联中国保健食品销量第一。这不禁引起笔者好奇。到底是什么影响着消费者的送礼决策?广告的影响力究竟有多大?

四派各有“礼”由

“你为什么选择脑白金?”笔者随机采访了一些正在选购脑白金的消费者。发现脑白金的送礼人群基本分为以下4派:

一、健康派

“以前过节买烟给老爸,每次都遭老妈批评,说对身体不好。最近听同事讲脑白金对老年人睡眠好、

肠道好,就来买了。

——姜女士29岁

近年来,消费者越来越注重养生保健。在礼品的选择上,健康品已逐渐成为主流。

“健康派”比较注重广告的功效宣传。如果认为产品功效能满足父母的健康需求,就会购买。

二、孝心派

“去丈母娘家,送没名气的礼品,就是没面子。脑白金,广告里一直做宣传,老人家相信,送了也会吃。否则很多礼品要么放着过期,要么转送别人。”

——马先生34岁

“孝心派”往往容易受广告影响,认为送礼就是体现孝心,要就送大品牌。

“今年过节不收礼,收礼只收脑白金”流传至今,在亿万消费者心目中,送脑白金就等于送孝心。

另有消费者表示“脑白金,中央电视台天天播,有档次。不光儿女送礼有面子,爸妈收礼也有面子。”



三、实用派

“我父母一直在喝,他们现在不仅睡眠好了,排便也正常了。我们家不算很有钱,吃不起人参燕窝,就送点实实在在、对老人有用的东西。”

——秦女士36岁

“实用派”说的最多的一句话是:用了才知道。他们受电视广告的影响不大,通常都是先从周围人那儿了解自己再尝试,如果效果好才真正信服。

资料显示:脑白金在全国已拥有数百万长期服用人群,产品效果是消费者坚持服用的动力。

另据了解,中国药理学会、空军总医院、中国医学科学院药物研究所等7大国家权威机构,曾以新药标准对脑白金进行大规模人体试验。结果显示:服用脑白金后,睡眠改善率为90.1%,80.0%的脑白金服用者有益菌增加,76.7%的致病菌降低。权威机构的认证让“实用派”送礼多了一份底气。

四、实惠派

“脑白金实惠,常年买八赠一,我就多买点。今年中秋节正好和教师节在一起,我买点送爸妈,顺便让儿子也送几盒给老师。”

——刘女士41岁

脑白金“真情回馈,买八赠一”活动一直深受消费者欢迎。“实惠派”相较广告上的宣传,更看重实际的优惠活动。

那这一派的人为什么不选择送钱呢?刘女士说,“送钱太俗气了,一点人情味都没有。送礼大大方方的,礼尚往来符合中国人习惯。”

据采访了解,其实更多消费者兼具多个派别的特征。品牌、产品品质、效果等都是他们考虑选购脑白金的因素。

笔者手记:热销背后是理智

近年来,不少商家发现:国内的节日消费理念日趋成熟,冲动消费比例明显降低。大多数消费者在理性思考后才作出购买决策。而相对于广告,他们更注重产品的口碑。很多时候,广告可能只是一个提醒,真正打动消费者的还是产品本身。

(陆小兰)