

星报热线

爆料有奖 0551-62620110

安徽财经网
www.ahcaifin.com



微信账号
scxb123
请扫二维码



微博账号
@市场星报

2014 我有一个愿望
热线电话: 62620110

宝宝想要的课外书有着落了

星报讯(王浩 王鹏 记者 马冰璐) 妈妈患精神疾病,爸爸常年在外打零工,月收入仅1000余元。喜欢看书的7岁宝宝有个愿望:“同学们都有好看的课外书,我也想要!”(本报曾报道)。稿件见报后,多位爱心读者致电星报热线表示,要给宝宝送课外书。

市民陈先生,宝宝的愿望深深地触动了,“我要送一套百科全书给她。”此外,他还给宝宝准备了文具和新书包。“宝宝喜欢看哪种课外书,我就给她买哪种。”市民穆先生说,买书前,他会先询问宝宝的看法。

市民储女士说,作为一位母亲,她想帮宝宝实现愿望,“我家有很多适合宝宝看的课外书,我好好整理一下,就给她送过去。”得知爱心读者们对宝宝的关心,她的外公和外婆感动不已,“我们代宝宝向大家道声谢谢!”

中秋话团圆,写封家书表思念

本报“中秋节,我给家人写信”活动火热进行中



中秋,是充满亲情和温馨的日子;中秋,是团圆、思乡的日子。时光流转,时代变迁。如今,电脑、手机的快捷取代了灯下字斟句酌的书写,网络电子邮件用掉驿道上的邮车。然而,灯光下写家书的温情,却有着别样的情调,白纸黑字,一封信一份心。昨日,本报联手合肥发发工贸有限公司联合举办的“中秋节,我给家人写信”活动一经推出就受到广泛关注。如果你有很多话想对你的家人诉说,赶紧晒出来吧!

■ 记者 董艳芬

故事:身居他乡,心系父母

“露从今夜白,月是故乡明,杜甫的这句诗让我从中读出厚重的乡愁。”读者侯先生在家书中写道,小时候,中秋佳节,一家人团团圆圆地在一起庆祝节日,是多么美好的一件事情。那时的他,时常陪伴在父母左右,每到过中秋节的时候,父母都会做好吃的,一家人和和美、其乐融融。

如今,三个兄弟都已长大成人,父母已然苍老许多,岁月在父母脸上刻下了皱纹,乌黑的头发变白了。“他们含辛茹苦把我们抚养成人,却透支着自己。”

“我们3个兄弟而今在不同地方务工,远离家乡,每到中秋节,基本上都不会回家过节,可父母每次都会提前一个星期问今年我们回不回家,我们总说不回去了,过春节的时候再回去,父母总会掩饰伤感情绪让我们在外注意安全。”侯先生说,今年又不能回家过中秋节了,写一封家书,只愿父母平平

安安就好。

征集:写家书活动仍在进行时

中秋佳节,团圆时刻。如果您也有很多话想对爸爸妈妈诉说,不妨写封家书寄给他们,把对父母的感恩,对世事的困惑娓娓叙说,如同和爸爸妈妈促膝交谈、呢喃低语。

参与方式有以下3种,可将内容发送至邮箱0551dong@163.com;或市场星报官方微信(微信号scxb123);还可以通过微博,私信@市场星报参与互动,前20名的读者将获得合肥发发工贸有限公司旗下的价值119元香奈儿月饼一盒。特别需要提醒的是,投稿时需注明姓名及联系方式。

另外,本报还将推出“我给亲人捎句话”栏目,在外务工的老乡,如果你因工作忙碌未能回家过节,也可以把你的思家之情写出来,把你的祝福之声说出来。参与互动的读者,可将想说的话发送至邮箱0551dong@163.com或手机18656151535,我们期待您的参与。

当年一起摸爬滚打的战友,你们如今在哪里?



星报讯(侯伟 记者 祁琳)“岁月如梭,时光荏苒,但那份深厚的友谊永远不会褪色。”昨日,60岁的合肥市民林先生致电本报热线称,希望能联系上三十七年未见的战友。

林先生是广东人,现定居合肥市瑶海区。虽已退休,但他心里放不下那些战友们,“这么多年过去了,他们过得好不好?真想再

见他们一面。”

“他们”指的是当时一个班的刘志文、刘细银和马秀奎,“他们是1971年当兵入伍的,我比他们晚一年,是后勤兵,最后在陕西安康。”四个人的关系非常融洽,林先生记得,他生病了,刘志文买了很多东西去看他。

“他们大概是在1974~1975年间退伍的,我是1979年底退伍的。”林先生说,几个战友退伍后,就再也没见过面,后来因为工作调动原因辗转转到一些城市。“回想起一起生活的三四年时光,大家一起出操和训练,真的很快乐!”

这么多年过去了,林先生一直在寻找战

友踪迹,“因为之前和战友聊天时,他们说老家住在五河一带。”10年前,林先生来到五河民政局,恰巧一位工作人员是当年同一个团的,“我当时很高兴,就跟他说了要找战友的事,他很乐意帮我寻找,但最后没有战友的消息。”

“真不好找。”林先生也曾在网上找人,但重名字的太多。林先生也曾把战友的联系方式写在本子上,但这么多年奔波,本子也不知道落在哪里了。

寻亲路上充满艰辛,读者朋友们,如果您需要通过本报寻亲,欢迎您拨打星报新闻热线0551-62620110告诉我们。

家天下生活广场携手迪士尼,斥资千万打造儿童王国

家天下生活广场一直站在消费者的角度找寻他们需求的原点,并透过那一点,不断发现、创造出不一样的惊喜点。高品质、高享受是家天下生活广场给顾客的承诺。就在今天,家天下生活广场斥资千万,携手迪士尼团队,倾力打造儿童王国,给顾客摸得到的视觉冲击。

为何要斥巨资打造儿童王国?

根据新站区项目周边的人口结构、消费特点、市场环境的深层次分析研究发现,家庭结构为本区域的核心结构,而儿童在此结构中的消费能力不容忽视。现如今,孩子是家里的宝儿,大人的衣食住行游购娱基本都是围绕孩子进行。孩子想要去哪儿,父母乃至爷爷奶奶就会去哪儿。可以说孩子对整个家庭的带动性、引向性是极其强大的。认识到孩子对消费的拉动力,目前大型购物中心都倾向于引入儿童充气堡、孩子王等儿童游乐设施或品牌店,挖空心思想行各式儿童比赛、表演,意在吸引孩子,以孩子带动整个商场的人气 and 消费力。

让孩子来了就不想走,走了还一直想着来

家天下生活广场,作为新站首家大型购物中心,想给孩子的,不仅仅是一个个重复复制的游乐设施。复制的都是雷同的,一旦雷同就会失去吸引力和竞争力。而孩子是充满好奇的,只有新颖丰富、千变万化的东西才能吸引孩子并留住孩子。“让孩子来了就不想走,走了还一直想着来”是家天下生



活广场的目标。而什么样的儿童娱乐才能实现这个目标?“场景升级”是关键。何为场景升级?特定的滑梯、蹦蹦床、旋转木马等儿童游乐场景已经根深蒂固,而我们必须打破这个传统模式,给场景注入新的血液和活力,为场景转型升级。升级的核心就在于赋予整个场景故事情节,让孩子在故事情景里徜徉,在玩耍中好奇,在好奇中思考,在思考中学习。此外,孩子们在体验真实故事情景时得到锻炼,并结交新朋友,心智体质全面得到锻炼。

并肩迪士尼团队,打造新站独一无二

家天下生活广场力邀资深迪士尼设计建造团队,倾力打造购物中心内部大型儿童王国。该团队的创意设计 & 专业场景模型多年出口海外,目前更是进军迪士尼乐园的设计制作。此次,家天下生活广场将与他们并肩,合力打造一个与整个商场和谐融洽,给整体氛围添色添彩的儿童王国。由于家天下生活广场二层全部围绕儿童业态设计,故借力将童话故事情境全

场景融入商场二层的每一个角落,令空气中布满童话世界的缤纷气息,让孩子们身临其境、无限惊喜。它独一无二的创意性、创造力不仅孩子们喜欢,各个年龄层的人也都为为之动容。强有力的视觉冲击以及立体感的全方位体验,让每一个来到家天下生活广场的人都成为童话故事里的主人公。家天下生活广场儿童王国,携手上海迪士尼团队,打造新站唯一。更高品质,非凡体验。

追求卓越,品质享受

家天下生活广场,将打造除大型儿童王国以外,超市、健身、影院、快时尚、美食相辅相成的集合型休闲业态。它将成为一座真正意义上集休闲、娱乐、购物、餐饮为一体的站式新型购物中心。不是巨头不聚首,家天下生活广场携手五星级金逸影城、大型连锁健身中心奇迹健身、大型超市华润万家等世界500强,共同缔造世界级休闲时尚生活圈。更有 Veromoda、MJstyle、another home、MAXWIN、屈臣氏、热风、太平鸟、Z+、周大生等众多时尚潮流品牌,以及必胜客、鲜芋仙、青年公社、金釜山、聚红盛、梦宴、仟吉饼屋等国际连锁餐饮品牌强势进驻。家天下生活广场以大手笔构筑新站区第一休闲时尚购物中心,不断追求卓越,给顾客缤纷惬意的高品质生活享受。

家天下生活广场,全场景大型儿童王国,新站“迪士尼”!来了,你就会爱上这里!
婧怡