



核心提示

历经两年多建设,长沙西湖文化园将于26日开园。目前,园内11个景点除了创意文化街正在筹备招商、尚不能开门迎客,其余景点都已经装扮完毕。西湖文化园属长沙岳麓山风景名胜区八大景区之一的咸嘉湖景区,南临枫林路、北至咸嘉湖路,总用地面积约2220.8亩,其中湖面面积约1087亩。

西湖文化园开园迎客了

湖面过千亩,有森林氧吧还可赏白鹭 绕湖步行一圈近2小时 去游园坐地铁最方便

本报12月25日讯 26日,长沙河西居民又将多一个休闲观光的好去处。历经两年多建设,长沙市西湖文化园景观基本成型,计划26日开园。园区建议游客乘坐地铁前往,开车的游客从枫林路主入口进。

绕湖走一圈要1小时40分钟

西湖文化园在2012年动工,属长沙岳麓山风景名胜区八大景区之一的咸嘉湖景区,南临枫林路、北至咸嘉湖路,总用地面积约2220.8亩,其中湖面面积约1087亩。

1087亩湖面是个什么概念?25日下午,三湘都市报记者试着绕湖走了一圈,花了1个小时40分钟,出了一身汗。

马上就开园了,西湖文化园里随处可见到工人给景观扫尾,有的在平整草皮,有的在给花卉摆造型……

虽说还没到开园的时间,西湖文化园里已经有零零散散的游客在逛。景区保安说,这些来“尝鲜”的都是附近的居民,“西湖文化园是边建设边开放,没有限制游客入园。”

共有11处景点,10处已完成

园区设计了包括龙王港风光带、创意街区、牛形山森林氧吧在内的11处景点,26日开园时,除了西北边的创意文化街正在筹备招商、尚不能开门迎客,其余景点都已经装扮完毕。

“现在是冬天,草皮和树木还不能显现出最美的样子。”长沙河西城投公司相关负责人介绍,“等到春天景色会大不一样。”

西湖文化园11处景点



可带望远镜欣赏白鹭

若没有足够的时间绕湖一圈,湖面靠东的一座洲可不能错过,洲上灌木葱葱,还有数只白鹭在灌木丛中或停栖或展翅。

记者了解到,这群白鹭的出现还有一段故事。白鹭是候鸟,以往每年飞往南方过冬时都会在洲上经停,后来西湖渔场水质变差后便不再光临。直到前段时间湖南农业大学的老

师和学生们想方设法招引,一面在岛上设置供白鹭栖息和进食的笼舍和竹排,一面在岛四周制造人工生态浮岛吸引白鹭来叼食鱼虾,用尽办法才把白鹭留了下来。

“不光留了下来,好像都不肯走了。”长沙河西城投公司相关负责人说,他建议感兴趣的游客可自带望远镜,可以更近地欣赏白鹭美貌。

建议坐地铁前往

“从西湖公园地铁站的4号口出站,再沿着枫林路往西走200米左右就能到公园主入口,”长沙河西城投公司相关负责人建议市民选乘地铁前往游玩,“坐公交也可以,在望麓桥站下车最近。”

开车来的也不用担心,西湖文化园配套有地下车库,可供2400台车停放,车

活动

开园公益活动等你来

为庆祝开园,西湖文化园还准备了两天的公益活动等待市民参与,26日上午10点半有音乐快闪,27日有环湖健走、跳蚤集会和小树认养三项活动。

行主出入口在枫林路上。西湖文化园三面临枫林路、滨湖路和咸嘉湖路,每一面都设置了至少一个人行入口,其中枫林路人行入口在枫林路与龙王港交界处、望麓桥桥头,咸嘉湖路人行入口在连接咸嘉湖路的跨龙王港步行桥,滨湖路上人行入口有三个,都比较好找。

■记者 叶子君

弯道超车:商户借百度直达号玩转 O2O

今年有一个专有名词很火,那就是“O2O”,火到几乎每个本土企业都在喊要“O2O”,火到凡是有电商论坛会议就必然少不了要讨论“O2O”。

在湖南,友阿、步步高、通程等传统卖场都已经开始行动,纷纷使出浑身解数进行O2O变革。不少走在前头的湖南中小企业也跃跃欲试,希望能搭上O2O这辆快车。

O2O 未来空间达万亿级

很多人都清楚的很,未来,移动商业就是一座灼人眼球的金矿。在移动互联网大潮中,各行各业都在积极探索O2O。

据广发证券最新研报显示,移动互联网O2O将成为服务电商化改造主要方式,未来空间达到万亿级。主要包括了住宿和餐饮业、居民服务业、租赁和商务服务业、教育业、文化、体育和娱乐业等等。相比实物电商而言,服务电商表现出更加开放化、个性化、本地化的特征,更多的是一种“推荐消费模式”,需要一种更加灵活的方式链接用户和商家,需要商户的运营成本更低。

目前,移动搜索的生活服务场景已扩展到衣食住行多个维度。刷脸外卖、“一块钱吃KFC”、十一观影保障计划等优惠活动,

持续地塑造着人们用手机搜索的习惯,同时不断增强移动流量的变现能力。

未来,谁能够帮助更多批发零售业以外的服务企业拥抱电商,谁就将有希望缔造一个比阿里更庞大的网络商业帝国,但由于服务业的“即时消费”特征,这也是一个巨大的挑战。

直达号提供掘金“入口”

作为拥有充分线下资源的企业,中体倍力原本是业内翘楚。但随着消费者对信息获取的习惯从平媒、DM广告越来越转移到移动端,健身行业面临严重的客户转化问题。中体倍力对传单效果统计数据表明,每发出2-3万份传单或信件广告,用户转化数仅仅约100人。同时,用户有主动健身需求从网络上获取了信息,却还需要线下预约、线下参观、线下交易,时间成本的消耗显然造成会员体验不佳,招募困难。传统健身服务商家向互联网转型迫在眉睫。

百度直达号的出现,恰恰切中了中体倍力在移动端开展生意时所遭遇的痛点——搜索的窗口可直接表达用户的真实需求,直达号成为了连接用户与企业服务最有效、路径最短的工具。

擅长搜索的人开始在输入关

Baidu 推广

随时随地 直达所需

商家在百度移动平台的官方服务帐号,基于移动搜索、@账号、地图、个性化推荐等多种方式,让亿万客户随时随地直达商家服务。

一步直达

键词时@商户。例如手机搜索输入“@海底捞”,页面会直接进入海底捞订餐,在那里完成下单到支付的闭环。这种方式使得商户不再需要自营APP,为消费者省去了挨个下载APP的一步,使转化率大为提升。比如,一个有敢于尝鲜的“潮人”,在手机搜索上“@”一个新疆阿克苏的采购商,订购了一单价值325万元的苹果。

在行业重新洗牌这样一个大时机下,百度直达号为商家提供的是一个攫取金矿的“入口”,这个入口具有无限弹性扩展的可能,几乎适用于任何一个行业的商家。而这也是百度直达号受到移动端商户追捧的另外一个重要原因。

实现用户与服务的连接

从携手俏江南、海底捞直达

你的餐厅,到携手孟京辉直达你的客厅,再到40多万商户入驻直达你的衣食住行,百度直达号从9月初推出以来,占领餐厅、客厅、房间、工作间的步伐就没有停歇过。

作为O2O的经典模式,百度直达号已经形成了“搜索+直达号+支付”的完整闭环,从搜索、选择服务、到支付的环节,80%的服务都可以在直达号内完成,在拓宽传统商户触网之路的同时,提供更多的可能性。

直达号帮助每个商户都能有CRM(客户关系管理)后台。通过后台,商户可以查看评论、与客户实时互动,并且可以查看所有与其发生过交互乃至订单关系的客户列表,通过数据分析,为其画像、贴标签。随后,通过个性化推送的能力,商户可针对不同的客户推送不同的信息,进行有针对性的营销。

互联网分析师洪斌评价道,随着直达号的推出,通过与传统商户的深入合作,打通各类O2O生活消费领域,让各式各样的移动生活服务与普通用户直接关联,真正实现了用户与服务的充分连接。

加入百度推广,即可享受建站系列产品优惠大礼,网络营销咨询热线:4008060022