

《8天长假,三湘带你玩透透!》系列报道之一

国庆出游首选“性价比”

欧洲游、澳洲游均跌破万元

持本期报纸去中青旅报名可再降80元

8天假期如果不远游,会不会太浪费?在旅行社的一波又一波“超低+特惠”热浪助推下,积压了整整一年的出游欲望有望在加长版“十一黄金周”集中释放。

即日起,敬请关注本报连续推出的长假旅游系列报道,除了让你第一时间了解到哪儿好玩、怎么好玩外,还有意想不到的优惠和大奖等着你!

本报9月2日讯 受金融危机和流感的双重影响,出境游市场业务量较往年明显下降,十一黄金周被旅游行业视为今年的最后一根“救命稻草”,促销力度前所未有。湖南市场上的黄金周欧洲游、澳洲游线路目前最低已跌破万元。

由于今年以来出境长线游普遍徘徊于游客少、价格低的境况,虽遇国庆中秋8天长假的利好时期,航空、地接、旅行社等诸多环节仍愿以较低的价格来刺激消费,回暖市场,这也直接导致本地旅行社公布的出境游产品全线走低。

一直备受湖南游客喜爱的欧洲游、澳洲游线路,今年国庆报价比往

年同期平均下降近三成,其中,省中青旅精心设计的德、法、荷三国七日游去年同期价格为14800元,澳大利亚凯恩斯八天精品游去年同期价格为13000元,而今年的价格均降至9800元,在众多的出境游产品当中堪称性价比最高。

有兴趣的读者可以拨打省中青旅24小时旅游咨询热线,澳洲专线0731-84452111、欧洲专线0731-82222966。凡凭本期报道前往报名,拟定在国庆期间出团的读者,均可在特价团费基础上再额外享受80元/人优惠,至旅行社发团计划报满为止。

■记者 谭斯亮

史上最长黄金周的临近,各大旅行社纷纷打响价格战

8天长假 出逃攻略

出逃攻略一:优雅欧洲

报 价	德法荷3国七日游9800元,含国内段交通费用
特 色	长沙往返,出关便捷超值特惠,经典一网打尽,10月1日出发,7日回国,休息一天,八天长假充实而又浪漫,刚刚好。
小贴士	a.欧洲与中国的时差大致是6-9个小时。 b.欧洲主要通用的货币为欧元,1欧元折合人民币约9.7元。 c.欧洲是有常住人口的各洲中唯一没有热带气候的,各国温度差异非常大,出行前一定要查阅各地天气,准备好衣服。 d.在欧洲旅行很有趣,没走几步路可能就换了好几种语言了;语言方面,英语不如想象中通用,在法国和南欧,要是不会说法语,西班牙语比英语更管用。 e.法国旅游最大的危险在于小偷,在机场和拥挤的公共交通设施上要小心。 f.法国紧急电话:救护车15,警察17,全法通用。 g.在德国的大城市通信信号一般都不错,在中国人139网的手机在德国同样可以使用。 h.到德国旅行,不论什么季节,都要带雨衣和太阳镜;夏季时最好也带上羊毛衫。 i.在德国有些厕所的门上会有“00”的表示,以免着急的时候找不到地方。 j.荷兰气候温和,但北海沿岸风大且容易变天,整年都需带雨具。 k.在阿姆斯特丹乘坐的士,在餐馆和酒吧PUBS都流行给小费。
行 程	长沙-上海-巴黎 卢浮宫、塞纳河、香榭丽舍大道、埃菲尔铁塔、凡尔赛宫、红磨坊-阿姆斯特丹 风车村、木鞋、郁金香)-科隆 大教堂)-法兰克福 莱茵河)-上海-长沙

出逃攻略二:闲情澳洲

报 价	澳大利亚凯恩斯八天精品游9800元,不含国内段交通费用
特 色	观看澳大利亚标志性建筑-海边的悉尼歌剧院; 在黄金海岸的华纳兄弟电影世界探悉好莱坞的秘密; 到天堂谷农庄与袋鼠、考拉亲密接触,还可以观看剪羊毛表演; 游览世界八大奇迹之一的大堡礁; 10月1日出发,10月8日结束,精彩演绎你的八天长假。
小贴士	a.凯恩斯酒店提倡环保,请自带拖鞋、梳子、牙刷、牙膏等生活用品。 b.潜水时注意安全,在潜水之前严禁饮酒过度,请严格遵守教练所教授的潜水规则。 c.当地日照强烈,应自备太阳镜、防晒用品。 d:“x”代表正确,澳大利亚的很多事情与我们的习惯相反。入境前填写入境卡上的选择题时,要求在符合的地方填上一个“x”,而不是我们熟悉的打“√”。 e.澳洲地处南半球,冬夏季与北半球相反,也就是说中国现在是夏季,而澳洲则是冬季。 f.澳洲与中国的时差是两小时,如果现在中国是中午12点,澳洲则是下午2点;如果是澳洲的夏季,则比中国早3个小时。 g.在澳洲,生蚝是不容错过的海鲜美食。 h.澳大利亚设有翻译热线131 450,接通说出“普通话”(Mandarin)或者“广东话”(Cantonese)的英文词语,相应的翻译员能在电话中帮你现场做口译。 i.澳大利亚的紧急电话是000,接通后可口头选择“报警”(Police);“急救”(Ambulance)和“火警”(Fire)。
行 程	长沙-深圳-香港-黄金海岸布里斯本 野生动物园)-黄金海岸凯恩斯(大堡礁、潜水)-悉尼 悉尼港、渔市)-香港-长沙

经济信息

四季沐歌确立“五年打造一百亿”战略目标

近日,从北京四季沐歌太阳能技术有限公司获悉,该公司已经制定了新的发展规划,力争用5年时间,销售收入率先在业内突破一百亿元。

为扩大产能,四季沐歌已在河南洛阳投资4.5亿元建设年产一百万台热

水器生产基地,将成为整个中西部地区最大的太阳能热利用制造及研发基地。同时,四季沐歌在四川、辽宁、山东三省的生产基地也正在紧锣密鼓地筹建之中,其中,山东生产基地已进入全面招工阶

段。

今年5月,四季沐歌又与团中央合作启动了“阳光创业行动”,计划在全国举办“太阳能销售与服务技能”等实用技术技能培训二百期,培训2万名懂技术、善经营的实用型人才,并通过提供创业支持等多种措施,促进农村青年就业、创业。

上半年网游业风生水起——“成吉思汗”成新贵

金融危机发生后,全球范围内众多行业受到波及而陷入低迷。然而网游市场却意外成为“中国十大抗冻行业”之一。据艾瑞咨询最新发布的《中国网络游戏行业发展报告》显示,我国今年的网络游戏市场规模同比增长49.6%,达到310.8亿元。

在2009年网游业的快速发展中,

第三代网游公司异军突起,被誉为新欣网游公司代表的蓝港在线、麒麟游戏、百游汇通、暴雨等表现不俗。其中尤以后发制人的麒麟游戏,凭借自主研发并成功运营的产品《成吉思汗》。

《成吉思汗》作为是北京麒麟网自主研发的第一款国产网游历史大片,早在2008年底,《成吉思汗》首次邀请

玩家及媒体进行封闭测试时,就创下了网游删档封测历史上的用户数巅峰。当时就有资深人士预测,《成吉思汗》将会是2009年网游界的一匹“黑马”。不出所料,在封测之后,《成吉思汗》开始大显身手,接连不断的奖项和出色数据,使“黑马”《成吉思汗》在业界声名鹊起。

Canon 10倍变焦新品SX120苏宁首发,开启秋季新品上市大幕

金秋九月,随着秋季外出旅游人数的大幅攀升,数码相机全面热销,各大商家纷纷推出蓄势已久的新品。据笔者了解,此次数码相机巨头Canon趁机推出的七款新品引发数码行业高度关注,其中一款大变焦新品SX120由苏宁电器首发上市,这是继上半年佳能单反旗舰店落户苏宁之后,双方又一项目友好合作。

苏宁独揽佳能SX120 IS 全渠道首销权

据了解,Canon此次亮相的七款新品中PowerShot SX120 IS被苏宁独揽全渠道首销。苏宁数码事业部总经理豆献民表示,苏宁在数码产品销售的实力得到了上游供应商的一致认可,获得佳能SX120全渠道首销权也是苏宁与佳能进一步深度合作的表现。

此次首销的SX120兼有卡片机的

便携和单反的专业功能,拥有超强的10倍变焦功能,1000万像素和3.0英寸的液晶显示屏,搭载了Canon最先进的DIGIC 4影像处理器,能够使数据处理速度更快、图像画质更佳等特点;作为SX系列主流产品,SX120不仅具有适用于初级用户的简易拍摄模式、“智慧AUTO”模式,还有针对中级用户的手动拍摄模式,能够满足不同人群的拍摄需求。适合有一定摄影基础想升级换代的摄影爱好者。

Canon新品上市开启了秋季新品上市大幕,尼康、索尼、三星、奥林巴斯、松下、卡西欧等品牌新品陆续上市,预计将达到60多款。

助力旅游旺季,苏宁借势降价达38%

今年国庆长假放假八天,据了解各条境内外旅游线路报名异常火爆,

“世博牛奶”入选60年60品牌 伊利09上半年市场份额大增

市民的认可,让伊利在今年所有的全国性大型品牌评选中无往不胜。

在不久前刚刚落幕的“60年60品牌——新中国成立60周年推动中国经济、影响民众生活的60个品牌”评选活动中,伊利就作为唯一受勋的乳业品牌,与同仁堂、吴裕泰等百年老字号一样,成为了反映祖国60年经济发展历程的“国家名片”。

而品牌和业绩的双丰收是这个老牌乳品企业给祖国60年华诞的最好献礼。伊利中报中显示:2009年上半年,伊利奶粉业务实现销售收入21.20亿元,达到历史同期最高水平;伊利冷饮上半年实现销售收入21.17亿元,同比增长2.62%,继续领跑全行业。液态奶方面,伊利则成为了目前增幅最快的企业之一,更进一步拉大了伊利与追随者的差距。

另据国际权威调查机构AC尼尔森最新的监测数据看到:2009年上半年,伊利股份各大产品线的市场份额均有所增加。其中,酸奶产品市场份额增幅较大,高达19.1%,在行业中同比上升速度最快。高科技含量、高附加值的伊利金典奶、营养舒化奶等高端产品则以23.5%的市场份额增幅在与同级别产品的竞争中拔得头筹。同时,贴上世博标签的伊利09年新品“伊利畅轻”及刚刚获得“潮流与创新产品大奖”的“伊利QQ星儿童成长牛奶”等产品则已成为了当下消费选购的新热点。

以此推测,伊利上半年整体市场份额增幅将在第一军团居首,稳获半程冠军。随着伊利新投资的锡林郭勒和天津滨海新区项目逐渐建成投产和世博效应的持续放大,伊利有望下半年继续保持这样的增长幅度,在全年持续领跑,再次夺得“全程冠军”。

8月29日,最大的乳品公司、唯一一家符合世博标准、为世博会提供乳制品的企业伊利集团公布了2009年上半年业绩报告,用数字对上半年乳业消费市场的状况做了最好的说明。报告显示,伊利集团2009年上半年继续保持稳健增长,主营业务收入达到122.17亿元,同比增长6.69%,实现净利润2.54亿元,较去年同期增长117.57%。这个数据也充分说明乳业市场的回暖步伐正逐步加快。

笔者走访各大超市发现:乳制品的销售情况明显好于去年下半年。根据沃尔玛超市万达店的负责人介绍,近半年来,乳品市场都呈现了良好的复苏态势,其中以伊利等老品牌的销售情况最好。一位正在选购伊利产品的陈小姐表示,“我知道不是每一个品牌都能为奥运和世博供应牛奶。全世界都放心地选用伊利了,我怎么能‘OUT’呢?”陈小姐笑着对笔者说。