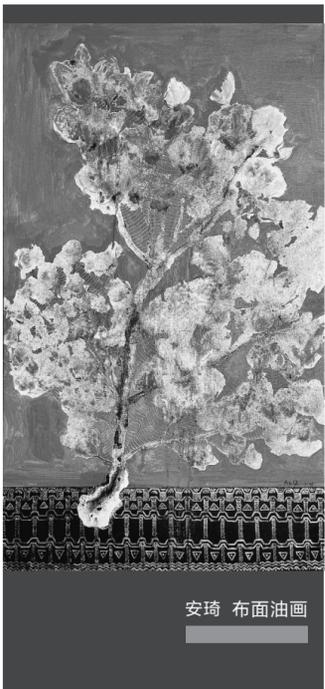


干净

□曲波

回到家,我发觉外套忘到了出租车里。于是我给出租车公司打电话,接电话的人问我司机长啥样。我说司机三十岁左右,个子瘦瘦高高的,腿长,穿九分裤,露出一截白袜子。出租车公司说可能是小白,把他电话给了我。我照着电话打过去,果然是他。小白说在开车,有空再联系我。第二天,接到小白电话时,我在养生馆做按摩,就加入了他的微信。凌晨三点,我看到微信上小白的留言,说要把手套送还。于是,我写上了地址,又回复说:不着急,天热了,那件外套也不打算再穿。他发个惊讶的表情,问:你起得这么早,还是一夜没睡?我说没有。他说你老公呢。我说他一夜未归。他发了一个哭泣的表情。我不做声。他问我不是不哭了。我说没事,老公回来也是看手机不看我。他说要心疼自己,赶紧睡觉吧。我说好。我醒来的时候,天已大亮,见到小白的留言,说一会去医院,复诊他的胃病,路过我家小区。我说我总失眠,身体也觉得不舒服,搭你的车去看看。大夫问了问情况,给我开了几张单子,去做几项生化指标检查。抽完血,我坐在休息室刷手机,手机卡顿,我心烦气躁,不停地走来走去。小白复查完,过来找我,见我一脸焦虑,问我怎么了。我说没事,手机上不上网,检查结果得到中午才能出来,让他先走。他说:等等你。话音未落,身旁有人喊着有急事要打车走,我让小白赶紧回去,顺路跑趟活。小白想了想,说:行,一会我回来找你。说着,他掏出手机递给我:用我的,新买的手机,流量也足。我惊讶地看着他:那怎么行?再说,你手机没设密码吗?他眨动眼睛,睫毛毛忽闪忽闪地,有些疑惑:有什么秘密?有什么秘密?我想,现在手机就是个人的魂,一会不拿手机魂就没了,年纪轻轻的



安琦 布面油画

腊月

□魏霞

像以前的那个化学老师,你不把问题全说出来,再等上个一两分钟,他都懒得张嘴。她只好羞赧地说,等我想好了再请教吧。她不死心。几天后,瞅了个机会又问,直截了当地问:“老师,读书有什么用?”她没有直接问向化学有什么用,她觉得那样问他教的学科,太刻薄。他一愣,答:“没用。”带着些许狡黠,像个邻家大哥。反弹琵琶?她没有料到。“我曾经也这么认为。”接着,他跟她讲了她的故事。……她没想到自己的问题他以这样的方式解决了。她的心里,“刷”地照进了阳光。数年后,她也成了一名教师。第一次批改作业,面批,顺便认识认识学生。她看了看本子上的名字,翻开,“刘轩宇。”她喊。她笑了一下眉:九年级的学生,七年级的知识点都没掌握。她抬头,一个男生站在讲桌前,个子有一米七八吧,白白净净,神情有些腼腆。“刘轩宇,你先回去,随后我再给你批。”她笑着对他。她布置了四道题,他四道题

奔赴

(外一篇)

□王月寸

有女如此

女儿说她要给她一个惊喜,还说已经告诉过她了,她想了半天也想不起来,真是不服老不行了。可“惊喜”两个字对她却有着别样的滋味,这让她想起几年前的一幕。那年女儿给她的惊喜,让她回家哭了半宿。她作为优秀学生代表在全校大会上发言,是多少人羡慕不来的,孩子有出息,做父母的脸上也有光啊。可回来后她就哭了,并不是激动在延续,而是因为她看到其他孩子都穿着漂亮,唯有女儿站在那儿,衣衫老旧。虽然她觉得,学得好,走得正是最好的装饰,可做母亲的哪个不希望孩子锦衣玉食?她不想让孩子自卑,经过一晚上的辗转反侧,第二天她一咬牙,选择了辞职下海,重新挑起早逝丈夫当年的担子。这些年,母女二人互相激励着,而今

女儿是一家公司的技术骨干,现在她什么也不缺,女儿孝顺,只要有空就回来陪她,家里需要什么大件小件也都是女儿买的。“走啊,妈,我带你去看‘惊喜’!昨天你不是都说了嘛……当闺女啊,怎么也得满足老妈的愿望啊。”女儿催促道。“我说了什么?”她还是想不起来,昨天说过什么。“你忘了?昨天我俩吃饭,你说成天爬楼梯、怪累的,我说咱们换个带电梯的房子吧,你也答应了呀。”“走,带你看房子去。”女儿说,“我现在还没能力新买一套,但可以先为您租一套带电梯舒适些的房啊!咱们慢慢来。”昨天她就随口就一说,也以为女儿的答复是在开玩笑。想一夜,眼角湿润了。

“腊月。”他喊。她正遨游在化学书掩盖下的一本小说中。同桌用胳膊肘捣捣她,又向讲台抬下巴。她万般不情愿地站了起来。“腊月,名字不错啊。”他看了看本皮上的名字,由衷地赞美。那是他第一次批作业,面批,带有顺便认识学生的意思。还不错?她哼了一声,声音轻得只有自己听得见。毕竟,她还是想给老师留下个好印象。一进腊月,她似被挂在人们的嘴边,大人叫也就罢了,更有那掰着手指数过年的小孩子也叫,当着她的面,一个喊:腊月。另一个接:初一。……都是故意的。听了,她就烦。可烦到什么办法呢,也捂不住人家的嘴。物以稀为贵。她可贵,她是父母的第三个女儿,东躲西藏打游击腊月时生下的。她倒真给他留下了印象。不过,糟糕透顶。他翻开她的作业本来看,看着看着,眉头就蹙了起来,不过,他抬起头来时,却是笑着的:“腊月,先回去,随后给你批。”他真的很年轻,听说刚毕业,抬头提眉时,额头没一丝皱纹,不像她以前的那个化学老师,额头千丘万壑,特别是她的作

奔赴

我的手机里装着两个卡:一个是平时工作的,另一个是专用的。后者我设置了特殊的铃声,这个手机很少响起,但只要一响起我必须马上行动,但不容缓,像军人接到了命令。虽然我不是军人,但我却将铃声当成了命令。为此我做了无数次演练,省得到时候手忙脚乱、浪费时间,其实我心里很矛盾,既希望这个手机号永远也不会响起,又有点希望它会响起。就当几乎要忘了它的存在时,午夜十二点,那首作为铃声的“我们是一家人”的音乐忽然响了起来。短暂的愣神之后,我迅速拿起电话,穿衣服,拿上手机、身份证,戴上口罩,下楼开车直奔最近的高铁站。多么相似的一幕,只是当年我毕竟第一次手忙脚乱,而这次一气呵成。我知道时间紧迫,否则那个电话也不会午夜响起的。经过快两个小时奔波,我终于赶到了目的地。三楼早已有

工银瑞信战略转型包揽三大权威奖项

日前,由《上海证券报》主办的第十九届“金基金”奖正式揭晓,工银瑞信杜洋管理的工银战略转型主题股票基金再获殊荣。凭借持续出色的长期业绩表现,蝉联“金基金·股票型五年期奖”。至此,工银战略转型已斩获2022年公布的“金基金奖”“金牛奖”“明星基金奖”三大权威奖项大满贯。值得一提的是,工银战略转型近两年已累计获得三大权威奖项五个,彰显业内对其长期投资业绩的高度认可。工银战略转型成立于2015年2月16日,自成立日起便由基金经理杜洋管理。

基金定期报告数据显示,截至2022年9月30日,该基金过去五年净值增长率为238.58%,同期业绩比较基准收益率为2.63%,其在晨星评选的五年长跑业绩奖上,高居同类榜首。而从更多不同的时间统计区间看,工银战略转型在各种不同的市场行情下,均表现出了持续稳健而优异的业绩。该基金三季报及同期晨星业绩排行榜显示,从近三年、近三年、近七年看,该基金持续稳居晨星同类榜首,其中近一年在市場波动较大的行情中,该基金以优秀的主动投资能力获得正收益,跑赢业绩比较基准达

23.12%;近三年收益率为181.65%,跑赢同期业绩比较基准收益率达175.44%;从更长的时间来看,在成立以来的七年多时间里,累计回报达到了285.30%,同期业绩比较基准收益率为15.91%,大幅跑赢业绩基准269.39%,为投资者创造了近2.7倍的超额回报。值得一提的是,良好的业绩也获得了投资者的信任投票。根据基金定期报告,截至2022年9月末,工银战略转型持有人户数达28.25万户,为2015年中报时的6.4倍。(杨广)

家电品牌为何钟爱世界杯营销?

制造业粤精彩·粤进世界杯

赞助商瞄准的是全球知名度的提升。海信品牌管理部副总经理庞静此前在接受媒体采访时说:“国际顶级赛事解决了向陌生国家的客户和消费者解释‘海信是谁’的问题。”数据显示,2016年到2021年,海信的海外收入从196亿元增长到725亿元,海外收入占比从不到20%上升到41%。“在很多中资企业还在做贴牌业务的情况下,海信在中东非一直坚持推行自主品牌。”海信国际营销中心中东非洲区总经理欧阳扬表示。据介绍,本届世界杯的举办国卡塔尔所在的中东非洲区,是海信品牌最早“出海”的地区,从2012年至2021年,海信中东非洲区营业收入从15.3亿元增至93.7亿元,年均增长率达到25.9%。实际上,无论是本次世界杯上官方赞助商海信“中国第一,世界第二”广告语引发的热议,还是广东厨电企业华帝在俄罗斯世界杯期间喊出“法国队夺冠退全款”的豪举,都指向同一趋势,即中国的消费电子品牌尤其是家电品牌,已成为世界杯营销主力。羊城晚报记者发现,在开展世界杯营销的家电大军中,不乏许多广东家电品牌的身影。它们除了关注世界杯强大影响力所带来的销量提升,更重视这一国际性营销事件带来的扩大品牌声势、拓展海外市场的绝佳契机。

广东是全国重要的家电制造基地,众多家电企业积极拥抱体育营销,已是各类全球性体育赛事的“常客”。羊城晚报记者发现,在卡塔尔世界杯上,签约赞助参赛球队、球星是广东家电企业开展世界杯营销的主要模式,在话题营销、销售转化等方面趋于稳健理性。来自中山的厨电企业华帝曾在俄罗斯世界杯期间开展“法国队夺冠,华帝退全款”的营销活动强势“出圈”,被誉为两届世界杯营销教科书式典范。今年华帝开赛前两周官宣成为葡萄牙队的赞助商,华帝品牌媒介公关负责人潘班介绍:“截至世界杯开幕首日,华帝全力支持葡萄牙队夺冠的活动相关话题,曝光量达到2.7亿,活动总互动量达到166万次。”总部位于佛山顺德的万家乐今年首次参与世界杯营销活动,官宣成为阿根廷队的中国区赞助商。其相关负责人告诉羊城晚报记者:“我们希望通过世界杯热点,吸引一批Z世代和球迷用户。”万家乐此次营销偏向国内销售市场,主要是海外市场以及国内线上和线下渠道,希望能借此推动短期内的销量上涨。

今年9月,总部位于广东惠州的TCL在德国柏林消费电子展上宣布签约法国后卫瓦拉内,巴西边锋罗德里戈等人作为全球品牌大使,9月20日又官宣赞助巴西球队。“体育营销可以成为品牌带来销售转化和品牌建设双重价值。在欧洲大陆,我们采取核心市场国家一国匹配一球星的策略,借助顶级球星影响力在当地的影响力,充

分借势传播、充分权益激活,也能够和当地业务形成良性互动。”TCL品牌人员告诉羊城晚报记者。此外,万和也成为德国国家足球队的中国区官方合作伙伴。作为始创于广东的冰箱品牌,海信旗下的容声也以“国货之光”的围挡广告现身球场。家电企业如何理解足球赛事与产品、品牌的关联性?羊城晚报记者了解到,在营销目的上,广东家电品牌一方面看重体育拼搏精神为品牌带来的正面宣传效应,另一方面则希望借全球瞩目之机,搭建起品牌征战全球市场的桥梁。“参与世界杯营销,我们更多的聚焦在品牌价值传播上。希望通过世界级体育营销事件凸显品牌的态度,传递‘认真生活’的价值主张,和勇于创新、勇于拼搏、追求卓越的精神。”潘班告诉羊城晚报记者。上述TCL品牌人员也表示:“我们更注重在长期的体育营销下,为品牌带来热度声量和品牌好感,积极健康、不断向上、正能量、敢打敢拼等体育精神赋予品牌的优质内涵。”

足球场外,广东家电品牌也在将产业布局触角加速伸向中东和非洲市场。“目前万家乐燃热产品在中东市场态势良好。”万家乐相关负责人说。TCL实业中东非销售中心副总杨理涛也介绍说,近年来,TCL的产品在中东市场持续高速增长,大尺寸、量子点彩电和凉感柔风空调等高端产品上快速赶超日韩系传统高端品牌。家电咨询机构产业在线分析师方雪莹介绍,在非洲PAC(分体式空调器)市场,LG、三星等韩国厂商进入较早,获得了很高的认可度。随后,格力、海信、科龙、美的、TCL、奥克斯等中国品牌空调进入,日本制造商发现难以在低价住宅领域竞争,因此将重点转向商业领域。

近年来,随着中东各国商用空调市场需求进一步升温,美的、格力等广东空调品牌也加快布局。格力电器在2007年开始涉足卡塔尔市场,逐渐上升为当地市场的头部品牌。美的则通过收购埃及上市公司Miraco,并在迪拜设立海外机构以辐射中东市场。美的楼宇科技事业部在中东非市场推进业务转型,重点发展自主品牌美的、Clivet的中央空调业务,自主品牌占比达八成。

花重金成为官方赞助商值不值?庞静说,海信品牌管理部副总经理庞静此前在接受媒体采访时说:“国际顶级赛事解决了向陌生国家的客户和消费者解释‘海信是谁’的问题。”数据显示,2016年到2021年,海信的海外收入从196亿元增长到725亿元,海外收入占比从不到20%上升到41%。实际上,无论是本次世界杯上官方赞助商海信“中国第一,世界第二”广告语引发的热议,还是广东厨电企业华帝在俄罗斯世界杯期间喊出“法国队夺冠退全款”的豪举,都指向同一趋势,即中国的消费电子品牌尤其是家电品牌,已成为世界杯营销主力。羊城晚报记者发现,在开展世界杯营销的家电大军中,不乏许多广东家电品牌的身影。它们除了关注世界杯强大影响力所带来的销量提升,更重视这一国际性营销事件带来的扩大品牌声势、拓展海外市场的绝佳契机。

海信品牌管理部副总经理庞静此前在接受媒体采访时说:“国际顶级赛事解决了向陌生国家的客户和消费者解释‘海信是谁’的问题。”数据显示,2016年到2021年,海信的海外收入从196亿元增长到725亿元,海外收入占比从不到20%上升到41%。实际上,无论是本次世界杯上官方赞助商海信“中国第一,世界第二”广告语引发的热议,还是广东厨电企业华帝在俄罗斯世界杯期间喊出“法国队夺冠退全款”的豪举,都指向同一趋势,即中国的消费电子品牌尤其是家电品牌,已成为世界杯营销主力。羊城晚报记者发现,在开展世界杯营销的家电大军中,不乏许多广东家电品牌的身影。它们除了关注世界杯强大影响力所带来的销量提升,更重视这一国际性营销事件带来的扩大品牌声势、拓展海外市场的绝佳契机。

海信品牌管理部副总经理庞静此前在接受媒体采访时说:“国际顶级赛事解决了向陌生国家的客户和消费者解释‘海信是谁’的问题。”数据显示,2016年到2021年,海信的海外收入从196亿元增长到725亿元,海外收入占比从不到20%上升到41%。实际上,无论是本次世界杯上官方赞助商海信“中国第一,世界第二”广告语引发的热议,还是广东厨电企业华帝在俄罗斯世界杯期间喊出“法国队夺冠退全款”的豪举,都指向同一趋势,即中国的消费电子品牌尤其是家电品牌,已成为世界杯营销主力。羊城晚报记者发现,在开展世界杯营销的家电大军中,不乏许多广东家电品牌的身影。它们除了关注世界杯强大影响力所带来的销量提升,更重视这一国际性营销事件带来的扩大品牌声势、拓展海外市场的绝佳契机。

羊城晚报·分类广告

地址:广州市黄埔大道中309号自编3-10A一楼 咨询电话:020-87138888

Advertisement for classified ads with various notices including lost items, legal notices, and business announcements.

Advertisement for classified ads with various notices including lost items, legal notices, and business announcements.

Advertisement for classified ads with various notices including lost items, legal notices, and business announcements.