

# 世纪新都下月迁新店

新世纪百货旗下的江北世纪新都搬家一事已经亮出“倒计时”牌。昨天,该商场有关负责人对外透露,2006年元月下旬,世纪新都将正式挺进江北商圈核心地带——观音桥步行街广场。从今天起,商场所有的商品价格实行“一步到位”降价。

**搬家前:名品低至一折**  
世纪新都负责人称,在搬家之前,特为新

## 碳酸饮料市场 凸显“围城”效应

“城里的人想出去,城外的人想进来”,用这句话来描述时下碳酸饮料市场的状况再合适不过了。在碳酸饮料巨头争先恐后地拓展饮料市场的同时,部分茶饮及果汁饮料厂家也在运筹帷幄,志在必得地要分碳酸饮料市场的一杯羹。

碳酸饮料巨头冲击茶饮市场  
在今天的饮料市场中,茶饮可谓是一枝独秀,其光环更是盖过了去年的功能饮料。不过随着碳酸饮料巨头们纷纷前来“搅局”,竞争也是空前的激烈,茶饮市场充满了变数。

日前,百事可乐有关负责人向记者透露,百事将与联合利华合作,共同研发具有纳米技术、天然成分的新一代健康茶饮,明年有望正式投放市场。与百事此举遥相呼应的,可口可不仅与雀巢联手在中国市场推出了“冰爽茶”与“冰极茶”,而且自身也成功培育出“酷儿”、“阳光冰爽茶”、“茶研工坊”等一系列茶饮产品。最近,可口可不仅与香港的“健康工房”结成战略合作伙伴,继续扩大拓展茶饮市场。对此,业内人士分析,从这两年来看,碳酸饮料厂家已加快了多元化发展的步伐,而包括茶饮在内的非碳酸饮料产品正成为其新的业务增长点。

统一借健力宝进军碳酸饮料市场  
由于碳酸饮料的品牌忠诚度较高,新品牌一直很难介入竞争。但随着一些饮料品牌不断的做大做强,碳酸饮料市场也不再平静。据悉,在非碳酸饮料市场中位居前列的统一集团,已于日前正式接手健力宝商贸公司。据统一市场部的吴经理介绍:“此前,统一整合了汇源果汁以及携手完达山进军乳业,但碳酸饮料一直是公司业务拓展的空白点。此次曲线入主健力宝,在扩大产品差异化上又大大地迈进了一步。”据了解,在统一入主健力宝商贸之后,健力宝集团旗下的“健力宝”、“第五季”和“AS”将被保留下来,“爆果汽”等部分子品牌则面临调整。  
记者 黄宗海

## 远东百货店庆 返券力度空前

“满200送160”,从未见过这么大的返券力度,从明天起至本月25日,到江北远东百货就能享受到了。

如此大手笔,不仅是创造了今年重庆百货周年庆典新高,连远东百货负责人也称是史无前例。  
记者调查发现,不仅返券力度大,商场方提供的礼品价值在同行中也算数一数二。比如,当日购物满500元,除能返400元购物券外,还将获得价值100多元的电烤箱或刀具,同时还参与抽奖,奖品是18K金手链、电磁炉等。如果当日购物满5万元,获得的赠品是价值5000元的英皇钻戒一枚。

此外,周年庆期间,除以上活动外,远东百货还特地准备了三个特卖场,不同时间段有不同名品打出超低价。  
记者 王顺斌

## 金考拉木棉内衣 引领保暖技术巅峰



木棉纤维是目前天然生态纤维中最细、最轻、中空度最高、最保暖的纤维材质。它的细度仅有棉纤维的1/2,中空率都达到80%以上,是一般棉纤维的2-3倍,而代表世界纺织技术潮流的日本仅达到35%左右。也就是说,木棉内衣比一般纤维制成的内衣更轻、更薄,保暖效果反而更好。  
以前,由于技术问题,木棉纤维还没有实现产业化。金考拉内衣携手国内著名专家、中国东华大学

**搬家后:体量将达三万**  
一个多月后,世纪新都将拥有一个营业面积达3万平方米的新家。据介绍,这是新世纪百货斥资2.8亿元为旗下世纪新都精心打造的一个集购物、餐饮、娱乐、休闲于一体的现代百货商场。  
世纪新都新店包括九个楼层:负二楼是一个拥有300多个停车位的停车场;负一楼是生



活超市;时尚名品馆、淑女名品馆、仕女名品馆、绅士名品馆、运动亲子馆、科技生活馆分别在一至六楼;七楼是美食文化天地,经营南北风味餐饮、美容健身沙龙等。  
据悉,迁进新店后,一至五楼还分别引进新品牌、女装如BESTIBELLI JESSICA、MAXSTUDIO等;男装如法爵 JEEP、SCOFIELD、佰富等;20多个在世纪新都老店没有的名品。  
记者 王顺斌

## 红九九食品园区建设受好评

12月5日,国家食品药品监督管理局专家一行在市食药监局等有关领导的陪同下,来到重庆红九九食品工业园区进行调研,大家对“红九九”在我市调味品行业率先建立现代化、园林式食品工业园区,率先通过HACCP食品安全管理体系认证,率先通过ISO19001:2000国际质量管理体系认证,率先建立连续式动物油脂车间,以及诚信经营、善待员工等方面给予了高度评价。  
另据市调味品协会会长姜志华介绍,2005“重庆市调味品企业示范建设现场工作会”将于12月28日在红九九食品工业园区举行。  
记者 杨青

### 营销动态

#### 首饰创意设计赛开始了

情人节,用珠宝等首饰向自己心爱的人表达情意是一件很幸福的事情。但重庆金叶珠宝有限公司总经理说,用自己的时尚理念和智慧给自己的爱人设计一款首饰,经过加工后再送给爱人,那不是更幸福和具有纪念意义吗?  
这样的事情到哪里能实现?总经理介绍,他们特在情人节到来之前开展一场珠宝首饰创意设计大赛,即日起在全市征集珠宝首饰设计爱好者,参赛者一旦在角逐中获胜,奖品将是由“金叶珠宝”按照设计的作品制作的钻戒。

值得提醒的是,参与者的设计作品必须在本月31日中午之前送往立洋百货金叶珠宝专柜。

#### “世纪卡”明起年终返利了

本月9日-31日,新世纪百货世纪卡积分返利在旗下所有商场全面展开,世纪卡顾客凭卡内积分即可兑换电子礼券,享受商场对贵宾顾客的年终回馈。

积分奖励共设1000至50000分9个级别,返利的电子礼券直接汇入世纪卡内,顾客刷卡消费方便灵活。返利后剩余的积分全部转入下年继续累计,让顾客的每一次消费都能获得实实在在的回报。

为了感谢无法到现场进行办理的顾客,新世纪百货将于12月31日继续进行系统自动返利,将电子礼券直接注入顾客卡中。同样,系统返利将完全保证顾客利益,按最划算的兑换办法进行返利。

为了让顾客更自主地使用电子礼券,新世纪百货将礼券的使用期限延长至2006年2月28日,顾客可在新世纪百货旗下所有综合商场及连锁超市使用电子礼券购买任何商品。

#### 脚码重庆“第一人”找到了

本月3日,备受市民关注的征寻重庆最大、最小尺码“第一人”活动在重百沙坪坝商场揭晓。  
来自建设雅马哈的李雪松和来自市肉联厂的伍祖利先生分别以52码、32码的脚码荣获“重庆极品男士”和“重庆极品女士”称号,并现场获得主办方和士公司量身定做的皮鞋和价值不菲的奖品。  
记者 王顺斌



### 域外彩风

#### 美国宾夕法尼亚州 推出新年前夕新游戏

美国宾夕法尼亚州彩票中心近日推出全新游戏“百万抽奖”,将在新年前夕产生4名新百万富翁。

“百万抽奖”于11月22日在全州8000多家零售站开始售票。票价为20美元,中得一百万美元的几率为1:125000。这是美国宾夕法尼亚州一百多万奖金最高的中奖比例。

“百万抽奖”为限量发行,只出售50000张彩票。由于“百万抽奖”的销售将持续5周,所以彩票中心敦促彩民小心保管他们的彩票直到新年前夕的开奖。

“百万抽奖”还另设了5个100000美元(中奖比例1:10000)和500个1000美元(中奖比例1:1000)的奖项,故共有509个奖项,总奖金共达五百万元。中奖号码将于12月31日晚7点随机抽出。

每张“百万抽奖”的彩票都将由彩票中心的计算机分配一个独有的、连续的8位数编号,从00000001开始,到00500000结束。当最后一张票售出后,售票将自动结束。另外,中奖号码必须和这8位编号吻合。

抽奖活动将通过电视现场直播,观众通过电视能看到4名一百多万中奖者和5名10万美元中奖者的产生。但另外500名1000美元的抽奖由于时间关系将不进行现场直播。

一份印有509个中奖号码的名单将于当晚8点发送到每个零售商手中,彩民也可以通过网站www.palottery.com查询。

中奖号码将由一个随机号码产生器产生,这个产生器获得博彩实验室国际公司认证,这是一家全球领先的关于博彩产品和系统的测试公司。

# “中福在线”扑克游戏出彩 广东一彩民四天狂赚1.7万

据市福彩杨家坪直港大道“中福在线”销售厅(老院老店满楼旁)的工作人员安先生介绍,上周,一位广东彩民吴先生以独特的玩法,连续四天从“中福在线”视频彩票的“多级扑克”游戏里狂赚了17760元,令杨家坪“中福在线”的彩民羡慕不已。

据安先生回忆,广东彩民吴先生是上周四(12月1日)晚20:00左右来到杨家坪“中福在线”销售厅,他当时仅买投注卡200元,跟许多彩民一样在玩“多级扑克”游戏时他每次下注仅5分玩得十分谨慎。大约21:30时吴先生又充值了200元,而一小时后(22:30时)吴先生创造了他玩“多级扑克”第一笔财富64000分,奖金多达6400元。当时的

情况正好被他旁边一位彩民刘女士看见,据刘女士介绍,吴先生从第二次充卡返回后,下注分值直线提高到了500分,游戏机发给他的第一手牌是“8 7 J J 2”,游戏机自动保留了那“对J”,他拍下游戏机按钮后中奖仅500分。当时游戏机画面提示“比大小吗?”,吴先生几乎是毫不迟疑地拍下了“确认键”,牌机发给吴先生第一张“比大小”的牌是“红桃8”,吴先生翻出一张“方块Q”顺利冲过第一关中奖1000分,游戏机画面继续提示“比大小吗?”,吴先生继续选择了比大小,第二次游戏机发牌“方块7”,吴先生翻出一张“方块9”,再次顺利冲关中奖2000分,就这样吴先生连赢7次“比大小”中奖分值冲上了64000分,赢得了吴先生玩“中福在线”视频游戏以来的第一笔大额奖金6400元。刘女士羡慕之余询问了吴先生“比大小”的秘诀,吴先生憨厚地笑着说:“没什么秘诀,我就是先押小分观察‘比大小’的规律,‘比大小’总共四张‘选牌’规律是很好掌握,在掌握一定的规律后再押大分就比较容易猜准‘大小’了。当然也有风险,但是没有风险也没有大奖的,是吧?”

据“中福在线”销售厅工作人员安先生统计,广东彩民吴先生12月2日(上周五)上午10:36时下注500分翻牌中奖2000分,比“大小”连赢3手牌,中奖16000分。12月3日(周六)上午11:45时下注500分翻牌中奖200分,比“大小”连赢6手牌,中奖12800分。12:10时下注500分翻牌中奖600分,比“大小”连赢5手牌,中奖19200分。14:16时下注250分翻牌中奖250分,比“大小”连赢7手牌,中奖25600分。12月5日(本周一)上午11:00时至下午13:00时三个小时的时间,吴先生仅玩“多级扑克”的“比大小”游戏就中奖40000多分,当天仅现金就兑走4000元。

据杨家坪“中福在线”兑奖厅工作人员白小姐介绍,广东彩民吴先生这四天兑走的奖金总额累计达17760元,他已经成了杨家坪“中福在线”的“超级玩家”,现在杨家坪“中福在线”销售厅里十分热闹,有许多彩民竟是为专程一睹吴先生玩“多级扑克”的风采而来到该销售厅的。

最新电话采访后表示,寻找新方法以求提高令人激动的奖金和增强游戏组合的娱乐性对彩票的发展很重要。基诺红利是麻省城镇带来更多经济效益的整体规划中的一部分。去年,彩票委员会仅基诺的销量就升至7.42亿美元,其中的22%大约3590万美元分配给当地用于赞助城镇

建设。监督彩票委员会的州财政官员提姆考夫表示,一旦有新游戏引进麻省,他们特别需要保护本州的彩票业不受影响。彩票是麻省城镇重要的收入来源,州政府对任何可能危及考虑对税收有可能造成的任何危害。在去过两年,麻省的彩票业取得了非凡成就,2003年,委员会共获得赌金9.25亿美元,2004年则达到9.36亿美元的最高纪录。1993年,彩票委员会引进原始基诺游戏,此后基诺的代理商从1500人发展到当前的1700人。

## 美国麻省彩票扩展基诺新玩法

12月14日美国马萨诸塞州彩票局为当地流行的基诺游戏引入新玩法。基诺红利是由基诺革新而来的,基诺是一种流行的彩票游戏,通过下注,选号与电脑随机选号相配即可获奖。新玩法正式开始实行后,彩民们通过基诺红利有机会赢得成倍奖金,红利号码可

出现在电脑屏幕上,玩家如果中了随机抽选的号码,便可乘以显示的紅利数字。例如,彩民中了5美元,紅利号码为3,那么他共赢得15美元。  
根据美国马萨诸塞州彩票委员会规定,基诺红利可使彩民的中奖金额增加10倍,最高可达40万美之元。彩票委员会主管经理乔苏利文在统计

## “双色球”中奖号码及选号指南

期数	红色球号码	区间比	奇偶数	大小比 (1-16小)	连号	重复号	首尾类型	和值
2005126	02 08 13 19 25 26+09	2: 2: 2	3: 3	3: 3	25 26	无	偶 偶	93
2005127	04 06 11 14 23 25+12	3: 1: 2	3: 3	4: 2	无	25	偶 奇	83
2005128	02 04 14 23 29 33+15	2: 1: 3	3: 3	3: 3	无	04 14 23	偶 奇 奇	105
2005129	05 10 14 20 27 33+03	2: 2: 3	3: 3	3: 3	无	14 33	奇 奇	109
2005130	03 05 09 15 20 25+16	3: 2: 1	5: 1	4: 2	无	05 20	奇 奇	77
2005131	02 07 10 11 12 24+03	4: 1: 1	2: 4	5: 1	10 11 12	无	偶 偶 偶	66
2005132	02 04 10 18 27 29+15	3: 1: 2	2: 4	3: 3	无	02 10 18	偶 奇 奇	90
2005133	01 07 14 16 18 25+11	2: 3: 1	3: 3	4: 2	无	18	奇 奇	81
2005134	04 13 14 18 26 30+01	1: 3: 2	1: 5	3: 3	13 14	14 18	偶 偶	105
2005135	01 05 13 15 21 25+11	2: 3: 1	6: 0	4: 2	无	13	奇 奇	80
2005136	05 14 16 18 25 27+13	1: 3: 2	3: 3	3: 3	无	05 25	奇 奇	105
2005137	03 09 15 23 25 33+12	2: 1: 3	6: 0	3: 3	无	25	奇 奇	108
2005138	03 05 06 11 20 22+13	4: 2: 0	3: 3	4: 2	05 06	03	奇 偶	67
2005139	02 07 20 23 32 33+10	2: 1: 3	3: 3	2: 4	32 33	20	偶 奇	117
2005140	04 06 07 08 12 17+07	4: 2: 0	2: 4	5: 1	06 07 08	07	偶 奇	54
2005141	03 05 08 12 16 19+15	3: 3: 0	3: 3	5: 1	无	08 12	奇 奇	63
2005142	07 10 12 17 22 29+05	2: 3: 1	3: 3	3: 3	无	12	奇 奇	97

(注:除“中奖号码”一栏外,其余指标不含蓝色球号码。)

## 332—338 期 走势分析

上周开奖号码:212(5点),874(19点),097(16点),029(9点),900(9点),905(14点),176(14点)。本周两码09组合连续开出四期,其中009,900连续出现,也体现了出号的不规律性。提醒彩民在制订投注计划时要合理分配风险储备金的比例,降低投注风险。上周和值最低开出5点,仅与上次出现间隔44期,属于温码。和17不出所料出现一次反弹,和17的反弹仍是要关注的重点。喜欢冷号的彩民可以以20点和值作为近期追号的首选。上周推荐和值开出5点,16点。“重点关注”的和值推荐8在周一出现(224期和13,225期和5),012路的冷态001在周三(097)出现。定位包号推荐中个位7,重点胆码推荐的1,4落后,准确率为100%。小组合和重点推荐号码只有两码中,请关注本周。

一、332—338期和值点位重点推荐:  
8点、10点、15点、17点、20点  
二、332—338期定位包号推荐:  
百位:4,6  
十位:4  
个位:6,8  
三、332—338期小组合投注推荐:  
0,4,6,8组合、2,3,5,8组合、四、332—338期重点胆码推荐:  
重点胆码:4,8  
五、本周332—338期重点号码推荐:  
134,248,159,268,118,686  
六、本周冷态、偏态重点关注:  
和值遗漏:20—平均23.6期—最大75期—本期94期;25—平均27.9期—最大422期—本期496期;  
012路遗漏:101—平均23期—最大109期—本期81期;012—平均27期—最大96期—本期72期;  
左(012)中(3456)右(789)形态遗漏:中左左—平均38期—最大288期—本期129期;  
冷温热形态遗漏:冷温温—平均20.1期—最大66期—本期73期;  
和值振幅遗漏:9—平均17.5期—最大86期—本期68期。  
每周周一招复隔中:复码指在本期开奖号码中上期也出现过的数字,隔码指在本期开奖号码中,上期也出现过的数字,中码指在本期开奖号码中,前两期都未出现过的数字。  
以上仅供参考,投注风险自负。

同创国际业主贺岁盛典  
温暖·2006  
WARMTH

温暖·2006三步曲

- 温情卡、关爱心: 传递温情,接力关爱,同创业主免费获得温情卡。
- 一卡在手,双重优惠: 业主凭卡前往销售中心,免费获得温情礼品一份;业主的朋友凭卡购买同创国际享受2000元优惠。
- 参与“嘉年华”,赢取丰厚礼品: 2006年1月15日,同创国际举办“迎新置业业主嘉年华”活动,新老业主欣赏文艺表演的时候,凭温情卡均有机会赢取丰厚礼品。

活动时间: 2005年12月1日—2006年1月20日  
详情咨询同创国际销售中心: 023—67879199

同创国际商业及部分楼体外立面已完工,欢迎光临鉴赏;凡即日起购买同创国际指定户型,均可获赠价值2—2.5万元超大阳台。

国际连线: 023-67879199  
项目地址: 江北欧式一条街海洋公园旁

开发商: 同创集团 重庆天人房地产开发有限公司 建筑设计: 澳海日清建筑设计国际有限公司  
园林设计: 澳洲日清城市景观设计公司 联合推广: 黑狐(重庆)广告  
本广告最终解释权归同创集团所有。

温馨,冬天的严寒已经冻结了语言,但那份流淌在心扉的爱,用一次呵护就温暖出一片阳光灿烂。  
“同创国际温暖·2006贺岁嘉年华”与广大业主携手,恭迎一家亲,共庆一家情。

同创奥韵  
送1.5万—2万元厨卫精装

同创奥韵现正推出“购奥韵现房,赢豪华大奖”活动。11月1日—12月31日购房新业主,均有机会抽得豪华大礼。谜底就在同创奥韵,欲知详情,赶紧拿起你的电话,揭晓谜底。

- 11月份震撼推出“购奥韵现房,送厨卫精装”活动。11月1日—12月31日购房面积在100m²以下送价值1.5万厨卫精装,购房面积在100m²以上送价值2万厨卫精装。
- “真情奥韵,回报业主”。11月1日—12月31日购买住宅新业主,均有机会抽得豪华大奖。
- 面积从66m²到159m²不等,多种户型,供您选择。

项目地址: 奥林匹克体育中心西区 3期经典户型现正推出 | 68968000  
开发商: 同创集团 建筑规划: 澳大利亚至合国际设计集团 园林景观: 澳洲日清城市景观设计公司 联合推广: 黑狐(重庆)广告

本广告最终解释权归同创集团所有。