

凭感觉,看走势,随手记号码,意外斩获大奖

男子10元单式中双色球843万元

3月26日,双色球第15034期全国头奖开出5注,单注奖金为843万多元。江苏省1注一等奖被南京市彩民幸运中得,中奖彩票是一张自选的5注10元单式票。3月30日上午,中奖者曹先生在家人的陪同下来到了江苏省福彩中心兑奖大厅办理兑奖手续。

刚到不惑之年的曹先生,外省人,刚到南京出差一周,由于他在老家养成了习惯,每期都会买上几注双色球,到南京后,曹先生第一时间在宾馆周围找福彩投注站,每找到一个投注站,就随机打几注玩玩。其实曹先生买彩票也仅有2年多,还是单位的一位同事介绍后才开始关注福彩双色球,买过一段时间后,始终抱有奉献爱心的打算,每期坚持5注10元投注。号码的选择,由心情决定,心情好的时候,感觉有一丝“灵感”就会自己

写号,没感觉时,就随机投注。两年来,曹先生一期都没有耽搁,每期都会到投注站购买双色球。领奖时,曹先生表示,他只买双色球,只知道还有其他玩法,但一期都没有付诸实际行动买过。

3月26日中午,曹先生跟几个一起出差的同事,吃好午饭,在马路上散步,看到福彩投注站后,大家一起到投注站购买双色球。对于这次中奖号码的由来,曹先生由于太激动,无法回忆起当初选号的细节,他笑嘻嘻地说:“反正就是凭感觉,看着号码走势,拿着笔就随手把号码记下来了,只记得当时就认准了红球号码和蓝球号码都是大号,所以从数字10以上选的。”当晚,曹先生感觉无所事事,打开网站,把彩票拿出来对奖号,发现其中1注号码跟开奖号码差不多,当时曹先生看错了一个红球号

码,以为中了三等奖,兴奋不已。由于曹先生有亲戚在南京,所以他的妻子就陪同他一起到了南京,当晚曹先生告诉妻子,中了3000元时,她是一点也不相信,两人上网核对,号码完全一致,不是三等奖,而是843万元,这下,夫妻两人都懵了,一时不知要干啥,突然想到宾馆不安全,亲戚家小区有保安,相对安全一些,两人连忙打车到亲戚家,整个晚上他们都没有睡觉,最终达成一致的意见,等心情平静一些再领奖。

领奖时,曹先生说:“之前我出差,老婆一直都不愿意跟随,这次我一说,她就同意了,也许知道我能中奖,所以中奖的奖金,我这两天一直在考虑,首先要给家乡的小路重新建一下,然后资助一些贫困的人,具体用何种方式,还等回家后再决定。” 钟才



挑战一等奖

039期七乐彩推荐

长矛七乐彩复式:02、03、04、06、08、13、20、24、25、26、30。

039期双色球推荐

长矛双色球复式:红球02、03、04、05、08、16、21、26、27、28,防06、09、19、20;蓝03、14、04、09。



安徽福彩官方手机投注客户端(Android版)正式上线啦!用户只需扫描安装,即可通过手机购买福利彩票!新注册用户,两大好礼等你拿!

守机选号彩民中17万

只因看着之前自己机选的号码比较“顺眼”,沈阳一彩民守这组机选号命中了双色球17万余元的二等奖。近日,这位幸运彩民胡先生(化名)就来到了沈阳市福彩中心,领走了大奖。

根据胡先生出示的中奖彩票显示,彩票购于第21010590号投注站,采用单式投注,投注金额为10元,收获奖金17万余元。据胡先生介绍,这次的中奖彩票,他采用了守号方式,且守的号码为刚刚机选了不久的号码。说来也巧,因看着这组机选号码特别顺眼,就一直跟号至今,想不到真的中了大奖。 钟才



苏宁超市“火力全开”,剑指全年10倍增长

“以用户为中心,我们确定发展超市业态;如今,它成为苏宁业绩提速的增长点和苏宁直道加速的引流器。”苏宁云商COO侯恩龙在致辞中表示。

携全球供应商,苏宁超市目标“10倍增长”

事实上,10倍增长并不是苏宁超市2015年度的唯一。万明治介绍,在经营商品规模上,苏宁超市今年要实现自营SKU提升100%,平台全部SKU提升300%。

底气何在?数据显示,2014年苏宁超市全年增长192%,进入下半年以后,保持400%左右的高位增长;2015年一季度,苏宁超市业绩增幅更是高达813%,再次创下历史新高。

连续高位增长不仅让苏宁自己看到,显然也给超市供应商带来了信心。

就在4月2日当天,苏宁超市与供应商签订大单采购超过20亿元。

苏宁超市,让O2O看得见、摸得着

大会上,苏宁用一连串“Why Suning”,告诉行业为什么是苏宁,在超市企业增速不足10%的时候“逆市爆发”,取得800%以上的业绩增幅。

“我们做的是O2O互联网超市。”万明治在大会演讲中掷地有声。

苏宁云商副COO李斌认为,苏宁O2O最重要的是一体两翼三云四端,并且互联网越发达、未来线下实体就会越有价值。

面对消费者,苏宁超市在前端呈现出:全品类经营、门店互联网化;后台用物流、金融、数据云,打通了消费者购物行为的“过程”和“结果”。

李斌表示,O2O最关键一点就是让消费者能无边界、自由自在的购物。苏宁超市做到这一点,让苏宁O2O模式在用户面前变得“看得

见、摸得着”。

增长点、引流器“双价值”突显

凭借超市商品复购率高、用户黏性大的特点,苏宁超市不仅保持了“高铁速”的增长,而且自上线之初,就为苏宁不断引入百万计的新用户,并促使平台复购率提升5倍以上。

苏宁超市作为增长点和引流器的“双价值”充分突显,下一步还将持续惠及三四线城市,以及乡镇、农村市场。

从两个维度来发展农村电商,李斌详述道:一是让农村用户享受到和城市消费者一样的商品、价格、服务,第二是从下往上,把农村产品推广出去。

为此,苏宁超市将在2015年重点布局农村电商和虚拟超市,继续落地1500个农村电商实体,在地方特色食品、包销定制商品等业务领域集中发力。



4月2日,苏宁获得了中国连锁经营协会颁发的“2015连锁业优秀及最佳全渠道应用场景”。

就在同一天,4月2日,在“苏宁超市2015年供应商大会暨高峰论坛”上,苏宁云商超市公司总经理万明治一开口,就抢了头条。“今年,苏宁超市的目标是实现十倍增长!这个幅度行业甚至没有出现,但苏宁超市有信心实现。”

这一天,500家超市供应商、媒体和行业人士齐聚在南京徐庄苏宁总部,一起见证进入“直道加速”的苏宁云商发力超市领域。



市场星报

新闻热线:0551-62620110

广告热线:0551-62815807

发行热线:0551-62813115

安徽财经网:www.ahcaijing.com