

# 網店存取生活費 大學生父母專用極其便捷

「我在淘寶上發佈了一個商品叫『生活費』，每月初我媽買一次就完成了給我生活費的任務，並且不需要任何手續費。用銀行匯款的孩子弱爆了！」網友@研究生一年級(網名)近日發佈的帖子秒殺了很多網友，網上出售生活費的主意立刻讓很多內地在校大學生們都躍躍欲試。■《錢江晚報》



了，順便還可以給我刷點信用。」不過，也有學生擔心，這種方式雖然省了手續費，可一旦賬號被盜，個人信息也就洩露了。

記者從淘寶網工作人員處了解到，目前個人開辦網店是免費的，只要通過支付寶的實名認證就行。

需要注意的是，網上購買「生活費」，家長應該盡量用儲蓄卡。如果用信用卡，這種轉賬容易被銀行界定為套現行為。



尼克松先生吃得非常滿意，請出廚師向他們敬酒致謝。

## 尼克松題詞「豪華的賓館高級的晚宴」

「文革」那陣兒放電影，正片前都要先放中央新聞電影製片廠拍的紀錄片。記得1971年的一個晚上我在中學操場上看了一個新聞紀錄片，是柬埔寨前國家元首諾羅敦·西哈努克親王和夫人與前首相賓努親王和夫人訪問我國各地(柬埔寨已發生政變)。我注意到賓努親王的頭不停地晃動，與眾不同。當時突然有個想法：如果有機會能見到他本人就好了。

### 白糖白湯不分 親王夫人幫解釋

沒想到我被國務院下屬賓館選中，更沒想到有一天賓館館長張平同志把我叫到辦公室說：「小耿，食堂師傅反映你在灶幹得不錯。現在西樓大胡那缺個徒弟，胡師傅是我們從北京飯店借調過來的川菜名師，你明天就去西樓廚房上班吧，同時就改學紅案吧。」我一聽那叫一個高興，因為賓努親王和夫人就住在西樓。這不真叫無巧不成書，心想事成啊！

在西樓工作期間還發生了一件有趣的事情。有天早上剛上班不久，胡師傅讓我到北樓廚房拿一盆白湯。一盆熱氣騰騰的白湯從北樓端過來，肯定走得不能太快。好一會兒我才到西樓廚房門外，還喊胡師傅請幫忙開一下門。胡師傅等得正着急，還聽我叫我開門，就更有點不高興了，當他打開門，看到我端着一盆滿滿的還在冒着熱氣的白湯，當場愕然，大聲說：「我要白糖，你端來白湯做什麼？」這時賓努親王夫人正好也來廚房，看到了這一幕，也聽到了說話(她懂漢語)，就插話說：「小耿白糖白湯不分。」說完就自顧自大笑起來。其實這也不全怪我，胡師傅老家是安徽的，地方口音非常之濃。

### 滿意中國飲食 尼克松敬酒致謝

1989年某一天，我接到通知，國家主席楊尚昆要在我的當時工作的賓館，按國宴規格宴請作為美國總統特使訪問中國的前總統尼克松。這個任務是我自擔任這家賓館的中餐行政總廚以來最重要的一單活。接到任務後，馬上與我們外聘的川菜顧問、為毛主席做過飯的最後一任廚師、供職北京飯店的一代名廚于存師傅商議菜單，菜單開出後送報外交部審核。

那天的吃食都各具中國飲食特色，最有趣的是頭湯：月影冬瓜燕湯。它是傳統四川菜中的代表之一，用冬瓜經過精細加工，製成像燕菜一樣的東西，又好看又有味又開胃。其中「月影」是用模子蒸出的鴿子蛋。

尼克松先生吃得非常滿意，同時對服務員講：請到後面把廚師請到前面來，我要向他們敬酒，當面致謝。我和于師傅等來到宴會廳，服務員為我們在進口的高腳水晶杯中滿上了葡萄酒。我們在服務員的引領下來到尼克松先生、楊主席身旁，尼克松先生和我們碰杯後，轉過身來對大家高高舉起酒杯一飲而盡。事後，尼克松先生在賓館的留言簿上題詞：「豪華的賓館，高級的晚宴。」(二之二，完)

來源：《北京晚報》

記者在淘寶網輸入「生活費」三個關鍵字，立刻跳出100多條商品鏈接。賣家基本都是信用評價只有一顆紅星的菜鳥，店鋪地址顯示都是北京和江浙滬。其實，這些店鋪的掌櫃並不是真正的賣家，他們是一群在異地求學的大學生。

### 拍下寶貝 生活費入孩子賬戶

網上出售生活費，這個讓很多網友拍案叫絕的新點子，只是為了方便爸媽給自己匯生活費。有了這樣的小店鋪，家長不用任何手續費，不用出門去銀行匯款，只用開通支付寶，拍下孩子淘寶店鋪裡的生活費，就能以付款的形式把生活費轉入孩子的賬戶。

記者隨手點擊了幾家「出售」生活費的小店鋪，基

本上店鋪首頁都掛着「媽媽專用」、「誤拍自負」一類的溫馨提示，更有幽默的掌櫃在店鋪內吆喝「親，跪求多拍，包郵免談，記得全打五分哦！」

在一家叫「毛豆的生活費」店鋪裡，首頁赫然寫着「這個是給在下的娘的專用鏈接，請勿錯拍哦」，店鋪內商品只有三樣：「生活費500元」、「生活費1000元」和「生活費補拍專區」。

家長的評論更有才：「對不起哦親，不聽話就退款哦！」

### 慎用信用卡 以防套現嫌疑

浙江傳媒學院的大三學生王海濤對這種新方法很感興趣：「現在銀行轉賬的手續費太高，不划算。用這種辦法的話，爸媽給我匯錢不用跑銀行排隊



時值嚴冬，新疆伊犁農村冰天雪地、陽光明媚，農閒的人們享受着冬日悠閒生活。12日，在鞏留縣東買鄉莫因格則村，一些兒童在結冰的河面上玩耍。

## 「天上」掉鑽石 千餘市民排隊領

天上掉餡餅不算什麼，還有掉鑽石的。為慶祝獲得深圳「十佳知名消費企業」稱號以及年底促銷，羅湖一珠寶企業免費向市民贈送1000顆鑽石。雖然冷風刺骨，仍吸引1000多名市民排隊，有的不足6時就趕到，其中不乏男士。



市民們排隊領鑽石。

上午11時，田貝三路該珠寶企業門口已排起長隊，門口宣傳寫着「活動時間為10日和11日兩天，排隊領取市民可以免費獲得10分鐘鑽石(即0.08-0.12克拉)1顆，免費派送時間為上午10時30分至下午4時。羅湖的張小姐早上6時就和同事5人來到該企業

門口排隊。張小姐說，上周六下午看到有許許多多人在排隊領鑽石，她回家後和同事們相約次日一早來排隊。

這家珠寶企業負責人介紹，免費派送的1000顆鑽石價值80多萬元，每顆市場價值800元左右。

## 匯聚商界精英交流與討論 首屆「傑出企業社會責任獎」研討會舉行

由本港著名政論刊物《鏡報》主辦的「第一屆傑出企業社會責任獎」講座及午餐研討會日前一連兩日(12月5至6日)假深灣遊艇會及理工大學舉行，為期兩日的研討會匯聚兩岸四地社會知名人士及商界精英，對「企業社會責任」議題進行交流和討論。



大會向講者贈送紀念品

《鏡報》執行社長徐新英在致辭時表示，《鏡報》自徐四民先生創辦34年來，秉承「誠實敢言、振興中華」的宗旨，一直承擔社會責任。近年來頻發的食品安全事件讓「企業社會責任」受到關注，《鏡報》今年8月舉辦「傑出企業社會責任獎」評選，旨在宣傳兩岸四地企業良好的形象，共同分享企業社會責任的心得和經驗，推廣企業社會責任理念。

中聯辦宣傳文體部部長郝鐵川作「在商言商、在商言社」主題演講，認為企業的首要社會責任是「在商言商」，把自己做強做大。他說，就業是「民生之本」，中小企業發達的地區往往就業壓力小，他鼓勵中小企業發展，廣泛吸納就業；同時創造更多專利，在自己的行業中爭創「一流」。企業責任其次則在於「在商言社」，不僅要處理好內部勞資關係，亦要注意與外部的和諧。

在閉幕翌日的研討會上，大會邀請作家孫是炎，主講帶動旅遊三產收入超過150億元、世界最大影城浙江「橫店」的企業社會責任傳奇，而理大校長唐偉章亦主講「企業社會責任對企業的意義與貢獻」等。

中聯辦宣傳文體部部長郝鐵川、商務及經濟發展局局長蘇錦標、工業總會主席鍾志平、亞洲金融集團董事長陳有慶、總裁陳智思、立法會議員陳茂波、春保錫鋼集團總裁廖萬隆等應邀主講，並作主題演講，《鏡報》董事長許智明、執行社長徐新英、活動統籌及策劃委員會主席黃經國等出席了相關活動。

## 高偉國探討世界經濟對鐘錶業發展影響 第二屆粵港鐘錶研討會深圳舉行

由深圳市鐘錶行業協會承辦的「第二屆粵港鐘錶研討會」，日前於深圳市福田区舉行，今屆會議主要圍繞「後金融危機時代 鐘錶行業的機遇和挑戰」為題，並對粵港及內地鐘錶行業共同面臨的四大議題展開細致深入探討。

差不多，鐘錶出口量雖然在2008-09年大幅下跌，但是很快就可以反彈回去08年的高位。綜合分析了以上2個行業，由於不同的新興市場和國家都採用不同的政策去控制問題，所以他們可以接收到歐美市場供過於求的貨品，這證明了新興市場完全能夠接收已發展國家過剩的需求。」

「以內地為例，就2010年的數據顯示，國民生產總值高達40萬億，過去幾年GDP增長率也達到10%。由1998年至2010年，內地的奢侈品消費已經由50億升至800億，可見其潛力的確非常巨大。另外

### 新興市場需求潛力優厚

華明行副總裁高偉國出席了是次研討會，並在大會上發表演講，分享個人經驗，探討世界經濟對鐘錶業發展的影響。高偉國認為，現時全球經濟正處於放緩狀態，以目前經濟狀況而言，無論是已發展國家還是新興國家都面對着不同的問題。

高偉國指出，全球經濟正處於一個不明朗的狀態，影響了高消費品行業未來發展。他以車跟手錶作為例子去探討這個問題，他表示：「車跟手錶一樣，第一輛是必需品，第二輛是『奢侈品』。過去幾年歐美市場對車的需求不斷下跌，但車的總產量並沒有因此而出現太大的下降，這證明了新興市場對車的需求不斷上升。而鐘錶行業跟車銷售情況

越南也是一個值得探討的地方，因為越南人口接近1億，而且當地對奢侈品的需求也持續上升，在過去3年越南的手提電話使用量已增加了3倍，可以預期其潛在商機正火速上升。而中東地區，亦因石油的需求和價格不斷上漲，令當地人民漸漸富有，因此對奢侈品的需求亦正逐漸上升。」

### 新興市場投資空前成功

華明行旗下的英納格腕錶品牌在過去5年，減少了在歐美地區大概6成的投資，而額外增加新興市場300%的投資，以農村包圍城市的策略，在新興市場迅速發展，成功突圍而出；其中在內地、越南及中東等三地的投資，更獲得了空前成功。透過不同的宣傳和市場策略，過去5年英納格成功在以上地方增加銷售點，而且盈利增加了5倍。

高偉國在總結議題時稱：「要發展好一個行業，我們必須要有長遠的目光，在經濟比較疲弱時，發掘一下不同地方的發展潛力。我們很明顯看到新興國家可以暫時接收市場上供過於求的貨品。特別是中國，作為一個鐘錶生產和銷售量高的國家之一，但是我們同樣面對着工資和租金等成本上漲的問題，所以我們共同的發展目標不是要『鬥平』，而是要做出有質量的手錶，打造『Made in China』成為一個品牌。」