

七乐彩开出190注百万大奖

虽然福彩新玩法七乐彩今年刚上市,但其销售量却是稳中有升,目前已与 3D、双色球形成“三足鼎立”之势,成为彩市的一支“新军”。

从福彩部门了解到,随着 12 月 19 日七乐彩第 148 期开奖,在今年 148 次开奖中,七乐彩共产生百万元以上大奖 190 注,平均每期开出近 1.28 注百万大奖。

七乐彩是今年上市的福彩新玩法,是一种中盘玩法,与 3D、双色球共同构成了福彩“铁三角”。区别于

天天开奖的 3D、“大奖小奖多”的双色球,七乐彩凭借其独特的开奖特点,上市后迅速吸引了广大彩民的关注。七乐彩的特点是“百万奖,基本期期开”,即从 01~30 中选择七个号码组成一注。从选号数量上看,此玩法难度低于双色球,但头奖奖金却是真材实料。在连续几期头奖轮空的情况下,七乐彩头奖曾一度逼近封顶奖金 500 万元,显示出冲击大盘玩法双色球的态势。

按照游戏规则,七乐彩的奖金

封顶也是 500 万元。其中,七乐彩一等奖奖金总额为当期高等奖金的 70%;二等奖奖金总额为当期高等奖金的 10%;三等奖奖金总额为当期高等奖金的 20%;四等奖单注奖金金额固定为 200 元;五等奖单注奖金金额固定为 50 元;六等奖单注奖金金额固定为 10 元;七等奖单注奖金金额固定为 5 元。

七乐彩游戏规则中提到,此玩法投注方法分为自选号码投注和机选号码投注,投注方式分为单式投

注、复式投注、胆拖投注和多倍投注。单式投注是从 30 个号码中选择 7 个号码,组合为一注投注号码的投注;复式投注是从 30 个号码中选择 8 至 16 个号码,将每 7 个号码的组合方式都作为一注投注号码的多注投注;胆拖投注是在 30 个号码中选择 1 至 6 个号码作为每注都有的胆码,再补充其他不同的号码,进行每 7 个号码为一组的多注投注;多倍投注是指同样的投注号码进行多注投注。

文刀

投注参考 联网22选5奖号分析

本文分析数据选自联网 22 选 5 的 07001 期至 07345 期,共 345 期。

奖号基本属性分析

● 号码和值 号码和值最高是 97,最低是 19.345 期的平均和值为 58,高于理论均值 55。

● 号码落差 号码落差最大是 21,最小是 5.10 至 21 之间,落差值 11 已有 31 期未出。

● 单双比 单双比为 851:874,双号稍热。其中,单双比为 5:0 的有 6 期,4:1 有 33 期,0:5 有 3 期,1:4 有 49 期。

● 连号和同尾号 连号有 106 期没有开出。在连号中,2+2 连号有 33 期,3 连号有 33 期,2+3 连号有 7 期。同尾号有 183 期未出。在同尾号中,尾号是 1 的开出最多,达 42 期;尾号是 3 的开出最少,至今仅 9 期。

各奖号位选号建议

● 一号位 大小比为 108:237,单双比为 202:143。大小号比

例达 1:2,以小号为主。如果博冷,可选较冷的大号 05 和 06。

● 二号位 大小比为 193:152,单双比为 162:183。大号开出较多,不妨改选小号 10 和 13。

● 三号位 大小比为 187:158,单双比为 169:176。此号位也是大号偏多,可博小号 11 和 14。

● 四号位 大小比为 196:149,单双比为 167:178。大号热,继续关注大号 15、16 和 17。

● 五号位 大小比为 116:229,单双比为 154:191。小双开出多达 148 期,大双开出最少,至今只有 43 期。本奖号位以小号为主,可顺势而为选小号 20 和 21。

根据以上选号建议,笔者模拟以下 6 注号码,供大家参考。

A:05 10 11 15 20

B:05 10 14 16 21

C:05 13 14 17 20

D:06 10 11 17 21

E:06 10 14 16 20

F:06 13 14 15 21 包臻



本市即乐彩日销量约10万元

据了解,目前上海市即乐彩玩法平均每天销量稳定在 10 万元左右,平均每台终端机销量可达 300 元,略高于目前彩市同类玩法。第二批即乐彩销售终端的申请工作将陆续展开,预计年内销售终端总数可达 500 台。

据销售员介绍,在即乐彩 10 种玩法中,购买选 1、选 2 和选 10 三种玩法的彩民最多;此外,选 3 复式已成为不少彩民的投注选择。为了给彩民提供方便,上海体彩中心表示将在销售点提供统一的即乐彩奖号走势图。

文刀

彩市传真

2007 年“上海风采”福利彩票猪年套票即将停止兑奖,市福彩中心提醒广大彩民朋友,不要忘记刮开您手中已有的彩票,勿忘兑奖!

凡刮出彩票奖对奖符号为生肖图案“猪”时,即获得猪年套票一等奖。获奖彩民须前往市福利彩票发行中心兑奖处(四川中路 321 号)登记,而后通过摇动大转盘确定最终获得的奖金额。目前已登记的十一位一等奖得主中,获 15 万元、20 万元和 25 万元的各有 3 位,获 30 万元的有 1 位,获 100 万元的有 1 位,活动共摇出奖金 310 万元。除一等奖外,其余奖等均可在本市所有福彩销售网点兑奖。

从上海市福彩中心获悉,为了方便彩民及时兑奖,上海福彩中心 12 月 16 日将最后三期号码同时开出。至此,2007 年“上海风采”福利彩票猪年套票珍藏卡的 50 个号码已全部开出,兑奖截止日期为 2007 年 12 月 31 日,逾期不兑奖者将视作弃奖,请彩民朋友关注。

猪年套票即将全部止兑出奖

王禹琳

“上海风采”福彩亥猪套票开奖号码

次数	开奖日期	中奖号码
48	2007-12-16	77940
49	2007-12-16	08983
50	2007-12-16	92500



CAMRY凯美瑞,无可撼动的地位

一直以来,中高级轿车市场群雄混战,硝烟四起。各大厂商为了在中高级轿车市场这片沃土上分得一片城池,都使尽浑身解数,改款换代、降价促销、引进全新车型……各种战略悉数用上,谁都无法预料这样的局面要持续多久。直到去年6月的一天,风云变幻,战场上出现了一位首领,他从容过招,重新定义了中高级汽车市场的规则,他,就是CAMRY凯美瑞。

群雄逐鹿,胜者为王

强者林立,制衡的局面在所难免。年初,中国中高级轿车市场风起云涌,在高科技、高需求的环境下,各个车型都大有分得一方沃土之势。而CAMRY凯美瑞的连续霸权性销量则让对手的几方大军陷入了极大的困境。上半年,CAMRY凯美瑞每月销量均超过1.5万辆,3月份更是冲破15000辆的门槛。如此,以每月1万多台的销量,CAMRY凯美瑞稳稳掌握了中高级轿车市场的主动。以至于之后其他新车型低价上市,仍旧没有对CAMRY凯美瑞产生丝毫影响,其以一骑绝尘的姿态尽显王者风范。

CAMRY凯美瑞的制胜,多少与它搭载了CAMRY的纯正血统有关,这部曾经给中国消费者留下挥之不去的深刻印象,甚至一度“佳美情结”成为中国车市的品牌烙印。而“进口佳美,高丁佳美”的CAMRY凯美瑞,正是顺应这种品牌效应。强大的品牌号召力使CAMRY凯美瑞一上市便占尽优势,甚至让对手产生了不平衡的心理。

继承了原有的优秀品质,CAMRY凯美瑞增加了车身的流线感,让整体外观更加圆润流畅。车头、车尾的修正使整体看起来大气稳重。

内饰豪华而不沉闷、精致而显沉稳,比如仪表板、造型相当别致,时速表与转速表错落有致、充满立体感,而白色背光及红色指针的搭配更显清晰醒目。其他部分如中控台、挡把等等,都恰到好处,既有

时代感,又不会过于前卫。总之,CAMRY凯美瑞是一部“大气稳重、让消费者”常开常新的车型。

另外,CAMRY凯美瑞采用的是丰田独步世界的VVT可变气门发动机,排量分别为2.4和2.0升。它在原有的性能特质上,进一步优化了进排气系统,并减少了运动件的摩擦,加强了活塞的轻量化,使发动机的燃油效率更高,进而带来更强的功率和扭矩。再加上CAMRY凯美瑞的车身线条也经过了精心设计,将风阻系数进一步降低。这两者的结合,让CAMRY凯美瑞的燃油经济性得到极致。



2007年9月,08款CAMRY凯美瑞成功上市。通过优化TOYOTA全球闻名的GOA车身,加强了车身的抗撞击能力,增加6SRS安全气囊(含2个窗帘式安全气囊)等安全配置,以更完善的主动和被动安全,构筑起更坚固的安全防线,让整体的品质更为上乘。有品牌的支持、产品的魅力,CAMRY凯美瑞对市场形成强大冲击,各品牌纷纷冷静下来,并视这位强者,接下来的时间,CAMRY凯美瑞利用强大的实力,再次巩固业界,傲立群峰。

强者之心

得民心,才能得天下,只依靠品牌的影响力和产品的魅力,仍不足以延续CAMRY凯美瑞的奇迹。唯有让消费者真正认可,才能将自己处于不败之位。CAMRY凯美瑞又是如何赢得了宝贵的民心?这个秘诀便是——以品质取胜。可以说广州丰田在工厂的第一天开始就没有

放弃对品质的追求,并巨引进了先进的生产线,采用了世界领先的技术与设备,使产品的品质稳定如一,始终可以比肩世界领先水平。在强调硬件要求的同时,广州丰田也非常注重员工的培训。建厂初期,企业便从日本TOYOTA请来大批专家对员工进行严格培训,提高员工的技术水平。每年广州丰田都要举办多次培训,给员工补充与汽车工业发展同步的尖端技术和知识。高素质的员工加高科技的生产,必然成就了高品质的产品。

CAMRY凯美瑞深得民心的高品质还体现在售后服务上。广汽TOYOTA,对于汽车来说,销售店是赢得企业与产品的窗口,广汽TOYOTA的服务无论精湛还是浑噩都堪业界表率。店内引进的e-CRB系统在业界范围内首屈一指,可以帮助销售人员在顾客来店、下订一直到交车、售后,甚至今后的换购都贴心安排,真正把尊贵安心细致体现,让顾客享受到的是全副贴心的高品质服务。

想消费者之所想,给消费者之所解才是强者之道,CAMRY凯美瑞正是无时无刻不告诫着自己,力求做到更好,才赢得了车主的心,才赢得了天下的最大喝彩。

为真正的强者,加冕

金九银一,是中高级轿车市场五强混战最后的机会,在群雄逐鹿以打价格战而致连07年最后渡海的时候,一个举措巩固了市场该日荣升地位。而处, CAMRY凯美瑞沉稳的决策于此时推出08款新车型,将安全这个关键点放在价格战中的夹缝点。

据介绍,08款CAMRY凯美瑞增加了240V至尊版与200G Navi两款,200G导航版在现有200G基础上增加了DVD多媒体信息查询系统(带蓝牙

系统配置);240V至尊版则在最高配置240V Navi的基础上减少了导航系统,其它配置基本不变。并且,新车在安全配置的宣传上也加大了力度,特别是主动安全与被动安全配置,致力于任何时刻守护车主的安全。

08款的推出,CAMRY凯美瑞向市场宣示不让地宣告了主导者的地位,这个地位是被消费者推崇的,更是被市场认可的。如同一个强者终要加冕,登上属于自己的巅峰,CAMRY凯美瑞也在等待这个时刻。

2007年底,随着一声轰然碰撞,CAMRY凯美瑞以完全正面碰撞14.53分、40%偏置碰撞15.71分、侧面碰撞15.51分以及加分项3分、总分48.6的总成绩荣膺C-NCAP五星安全认证,这个评定无疑就是一块荣耀的桂冠,最终成就了CAMRY凯美瑞的加冕。



主宰·继续

至此,中国中高级轿车市场的风云已定,业界对今后这个市场的大局已经有了新的预期。CAMRY凯美瑞凭借连续12个月的销量领先,多项媒体荣誉最终得主,C-NCAP五星安全认证国际品牌力的头筹,当之无愧的霸领了桂冠。

此刻,被奉为主宰者的CAMRY凯美瑞,或许在意的不是头上的王冠如何耀眼,而是,这眼望去那更真、更实的领域,更显著的品牌印记!这一切,真正值得世人期待。

