

欲“安”天下 壮志难酬

——安东尼会师姚明，扑朔迷离的传说

在詹姆斯移驾热火之后，安东尼的去留成了球迷关心的焦点。由于他迟迟没有与掘金续约，“甜瓜”被交易的可能性也越来越大。最近他又放话，如果火箭或者篮网跟掘金达成协议，他愿意跟这些球队长期签约。那么，安东尼最终将“瓜”落谁家，能否会师姚明一争天下呢？

◎甜瓜： 戒指比钱更诱人

今夏，掘金给安东尼提供了一份3年6500万的合同，但小甜瓜始终没有点头签字。而先前的合同还有一年就到期了，为了防止安东尼合同到期后远走高飞，掘金只能选择提前交易他。毫无疑问，若是掘金将安东尼摆上货架，那么全联盟一半的球队会对此表示强烈关注。

但并不是每个球队都有胃口吃掉“甜瓜”。以安东尼的能力，天下之大任其行走。而能够吸引他的无非两点，市场潜力和总冠军戒指。

说起来掘金还真是一个不错的地方，老板慷慨大方，球队实力也属一流。但小庙养不了大佛，安东尼至今未能染指总冠军戒指。此次出走的目标，也是奔着戒指来的。小甜瓜一直在寻找一支内线强队，像尼克斯的小斯塔德迈尔，魔术的霍华德，篮网的洛佩斯以及火箭的姚明都是足够强大的好帮手。仅仅从球员的角度讲，魔术无疑是安东尼的最佳选择，霍华德与安东尼的组合，足可以与热火“三巨头”分庭抗礼。当然若是姚

明健健康开开心心，火箭的吸引力也不弱于魔术。

◎掘金： 王婆卖瓜绝不亏本

虽说安东尼一心想走，但一切也不是他自己说了算。因为安东尼的卖身契，还捏在掘金老板手里。既然要卖安东尼一定要卖个好价钱。如果能够借此再节省一部分薪水，那就最好不过了。

掘金队现在的工资总额高达8300万美元，超过奢侈税界线1300万美元。如果掘金想重建的话，第一要务就是降低球队薪金总额。如何借安东尼抹掉这1300万的超额薪水呢？最直接的方式就是换取交易特例。因为交易特例是不计入球队总薪金的，是一种平衡薪水的有效工具。

现在联盟内谁还有薪资空间或者交易特例呢？有薪资空间的，只有为数不多的几支鱼腩球队，但这几支球队知道自己留不住安东尼，所以肯定不会跟掘金交易。再来看几支有戏的球队，魔术没有薪金空间，自不必多言；篮网没有相应的球员来配安东尼的大合同；较有希望的反而是火箭，他们刚用阿里扎换来630万美金的交易特例，或许可以就此博一把运气。

但是，掘金似乎不太愿意把安东尼送给自己的西部劲敌火箭队。搬起石头砸自己的脚，谁也不会那么傻。

◎火箭： 小筹码的大用处

在各方实力趋于均衡的时候，一些看似不重要的因素往往决定全局。火箭队还有一张底牌，就是手里的几个选秀权。

按照现在的情况，尼克斯最有可能成为安东尼的下家。毕竟纽约的巨大市场和小斯塔德迈尔的吸引力，是安东尼最欣赏的。但是火箭队比尼克斯强的一点，便是手里握有的3个选秀权。其中一个是自己抽来的，另外两个是交易麦蒂时从尼克斯手里搞到的。假如安东尼一定想走，而明年的自由人才市场也没什么“大鱼”，掘金与其寄希望于转会补强，还不如押宝在选秀身上。在这种情况下，选秀权就成了香饽饽，手握3个选秀权的火箭随便拿出俩来，放到交换安东尼的合同里，这也能让掘金老板慎重考虑一番。如果掘金老板铁下心要重建队伍，实现球队彻底的年轻化，那么也有可能仔细考虑一下火箭队手中的选秀权。

综合来说，火箭在争夺安东尼之役中还是握有可观的筹码，掘金想将安东尼利益最大化，火箭是个不错的选择。安东尼一旦驾临休斯敦，那么再过一段时间，安东尼的好友克里斯·保罗也有望加盟火箭。姚明、安东尼和保罗的“新三巨头”如果成为现实，或许就意味着总冠军的到来。

在这个时代，一切皆有可能。

本报记者 蔡旭超



美国热水巨头 A.O. 史密斯太阳能热水器 获国际 IFA 产品创新大奖

太阳能节能省钱众所周知，可传统太阳能热水器只能安装在屋顶，一直与高层住户“无缘”。有着135年历史的美国热水巨头A.O.史密斯，历时三年的潜心研发，终于打破了传统太阳能热水器的安装局限，创新推出可直接安装在阳台上的金圭内胆太阳能热水器，引起了市场关注。

不论住在几楼，太阳能轻松“安家”阳台。据了解，全新上市的A.O.史密斯金圭内胆

太阳能热水器，具有独特的阳台外侧安装方式——不论家住几楼，只需在装修过程中预先设计水路至阳台，就可以让太阳能热水器在阳台“安家”。

由于安装方式独一无二，这种新型阳台安装式金圭太阳能热水器，彻底解决了高层住宅无法安装太阳能热水器的难题，大大提高了太阳能热水器的使用范围。

金圭内胆太阳能，冬天也能享受50℃充沛热水，说

到太阳能热水器，其省电、环保的特性得到广泛认可，然而，它在使用时也有局限性，例如一到冬天就“冬眠”罢工，水温始终不够热的遗憾，也让更多家庭不愿意为太阳能热水器买单。

而全新的A.O.史密斯金圭内胆太阳能热水器，真正可实现“冬天也可太阳能”，相关人士介绍说，由A.O.史密斯全球研发中心创新设计的UNI

太阳能热水器集热、控热的特点，领先集热管密排技术，提高加热效率，冬季日晒一天，即可畅享充沛的50℃热水，而相同情况下，普通太阳能热水器水温仅能达到35℃左右。

A.O.史密斯特有的金圭内胆分体承压设计，使得热水器不受水压影响，出水量大，更不会忽冷忽热，太阳能热水器真正拥有了“冬天水不冷，夏天水不烫”的特异功能。

打破安装局限 获国际

IFA产品创新大奖 A.O.史密斯阳台安装金圭内胆太阳能热水器，无论安装方式，还是集热、控热系统，完全突破了以往太阳能热水器的各种局限，再加上A.O.史密斯专利的金圭内胆特护系统，在国内外屡获殊荣，更一举荣获09年度国际IFA产品创新大奖，绝对称得上是实至名归。

今天，就把绿色能源美国

适的热水新生活吧！

热水专家 A.O.史密斯带回家，让全家一起享受节能、舒

适的热水新生活吧！

咨询电话：0531-88872179

24小时服务热线：4008288988



分众出售好耶 聚焦扩张核心业务

7月30日，分众传媒与全球领先的私募股权投资基金Silver Lake达成协议，分众将其拥有的好耶网络控股有限公司及其附属公司的股权转让给Silver Lake，按照交易条款，Silver Lake将为此交易支付1.21亿现金的现金。

分众传媒首席执行官江南春表示：好耶的成长进入到一个新的时期，我们相信，作为技术领域的投资专家Silver Lake能够很好的支持好耶在中国互联网广告市场进一步发展它的技术优势和竞争优势，而分众在未来也将更专注于楼宇、卖场、框架三大核心业务，推动核心业务的纵向深耕和大幅扩张。

消息公布后，市场反映

积极，清科集团创始人兼CEO倪正东表示：目前广告代理公司的利润率并不高，而且行业竞争激烈，虽然好耶在互联网广告代理行业市场占有率第一，但对分众整体的收益贡献不高，分众业绩的60%以上仍来源于楼宇、框架、卖场三大核心业务，好耶和分众的整合性不强，出售好耶将有利于分众集中资源扩张主营业务。

上海师范大学人文传播学院副院长金定海也对交易表示看好，认为：分众的聚焦战略在2009年已经取得了显著的效果，核心业务同比增长超过30%，出售好耶将使分众投入更多的资源扩张核心业务。目前，分众在楼宇、卖场广告市场占有率为

均超过90%，已经占据绝对领先地位，在公寓电梯广告市场，分众占有率超过70%，其中，对核心楼宇的覆盖率超过80%，而分众将6亿美元进行扩张，将大大压缩公寓电梯市场其它企业的生存空间。

据悉，分众传媒已经对旗下产品线展开多项变革，在覆盖率上，分众在一、二线城市推进屏幕高清化，提升画面表现质量；三四线城市大幅增加媒体数量，扩大覆盖面，在精准性上，分众应用FPS(框架精准定位系统)帮助客户精准到达目标受众，在广告内容上，分众大量引进了电影片花广告、故事性广告、知识性广告，极大地提升了竞争力。在广电61号令等利好消息的影响下，分众未来3-5年将迎来新的增长高峰。

楼宇广告中，提升受众的关注度，在互动性上，分众联手新浪推出热门品牌专区，与12580展开手机无线广告合作，增加与受众的互动性，将广告向销售推进一步。

“分众计划将楼宇视频、电梯框架业务在三四线城市的机器数翻一番，将卖场业务从目前的160多个城市增加到250个城市，三年内扩张到500个城市左右。”分众传媒副总裁嵇海荣表示，业内人士分析，目前中国广告市场已经进入新一轮发展黄金期，分众在核心业务领域的扩张和改革将极大的提升竞争力。在广电61号令等利好消息的影响下，分众未来3-5年将迎来新的增长高峰。

150℃！力诺瑞特太阳能突破技术极限

2010年欧洲太阳能会议上，欧洲专家断定全玻璃真空太阳能集热器的热利用极限是120℃，但是力诺瑞特中高温集热器技术的出台打破这一宿命。

近日，由中国工程院副院长杜祥琬院士等组成的专家委员会对力诺瑞特与清华大学联合研制的太阳能中温集热器进行了鉴定，专家组一致认为，该中温集热器工作温度达到150℃以上，并能长期处于此温度各项性能指标无衰减，填补了太阳能热利用在这个温度区的国际空白，也成为力诺瑞特助力节能减排的又一利器。

力诺瑞特中温真空管太阳能集热器以中温太阳能真空集

家电数码订版电话：0531-85196498