新闻线索一经采用
奖励 50—500元
欢迎提供新闻线索
96706（全省市话收费）
0546—8065000
24小时移动热线：18805461110 《齐鲁晚报·今日黄三角》读者QQ群号：91149364

# 管道玩“穿越”路面起“大包”

## 西城改造指挥部表示，即将确定对淄博路路段的维修方案

淄博路施工队正在路面凸起的附近铺设天然气管道。

本报记者 嵇磊 吕增霞 摄

**本报3月27日热线消息(记者 嵇磊 吕增霞 顾松)** 26日上午，市民向本报记者反映，淄博路的柏油马路上，鼓起了一个高约20厘米的“大包”，影响了市民、车辆的通行。据西城改造指挥部的工作人员介绍，经过初步判定，怀疑是由于胜利油田油气集输总厂在附近地下铺设天然气管道造成路面凸起，并表示将确定维修方案，对路面实施维修。

26日上午，有市民向本报记者反映，在淄博路翠苑新区门口的路面上鼓起了一个高约20厘米，直径约为4米的“大包”，影响了附近居民和车辆的过往。当天下午2时许，记者来到了淄博路翠苑新区门口附近，看到地面上凸起的“大包”。附近不少居民正在讨论“大包”鼓起的原因。

翠苑新区保安人员韩先生说：“今天上午七八点的时候，发现这里鼓起来一个‘大包’，昨天这里还好好的。”

市民杨先生猜测，最近集输总厂在附近施工铺设天燃气管道，可能是今天施工人员在“穿越”地下天然气管道的时候，地下压力过大致使地面隆起了这个“大包”。记者沿鼓起“大包”的地方向西走，发现路面的部分绿化带有泥浆的痕迹，几百米处，有工人正在施工。一名施工人员告诉记者，他们正在铺设天然气地下管道，将一直延伸到西二路上，可能有1000多米。

26日下午，记者就此事向市政部门进行了咨询。一名工作人员介绍，他们已经接到了关于此事的投诉，也已将此事转给了西城改造指挥部。

西城改造指挥部的工作人员顾先生介绍，接到市民投诉后，指挥部的工作人员立即到凸起的路段进行了检查。经过现场调查，发现胜利油田油气集输总厂正在附近施工。“初步判定，是油气集输总厂在铺设地下管道时造成了的凸起。”同时，顾先生提醒广大市民在经过此路段时要降速行驶，注意安全。

## 广饶法院成功调解三万元借贷纠纷案

**本报3月27日热线消息(记者 王超 通讯员 李美芹)** 27日，记者从广饶法院了解到，在法官的悉心调解下，一起涉案金额三万元的民间借贷纠纷案件，不到一个小时便成功结了案。

据介绍，2010年10月，景某与原告签订借款合同，向其借款人民币30000元，由蒋某作担保人。由于景某未按期归还欠款，原告在寻找景某无果后直接将担保人蒋某告上了法庭。

案件受理后，承办法官发现原告只把借条上的担保人蒋某告上法庭，却未向借款人景某主张权利。虽然原告只起诉担保人也符合法律规定，但为了更好地了解案情，便于下一步开展工作，承办法官向原告详细地询问了其中原委。原来，原告在起诉前也多次到借款人景某住处寻找被告，无奈均未找到其人。为了维护自己的权益，原告选择了只起诉担保人蒋某。

担保人蒋某收到应诉通知书后情绪异常激动。蒋某表示自己能够找到借款人景某并可以带他到法院协调处理此事。在得知这个消息后，承办法官迅速联系原告，并向其释明可以依法将借款人景某追加为被告。原告在了解相应法律程序后，迅速写好追加被告的书面申请，并来到法院参与调解。

调解过程中，借款人景某表示自己没有按期还钱是因为前段时间生意经营不善，亏损严重造成的。景某表示此事与担保人蒋某无关，并承诺与原告约定一个期限按期归还欠款。

通过广饶法院承办法官的努力，这起借贷纠纷案件在一个小时内得以成功调解。

# 战略管理咨询专家：海尔全球化品牌营销很成功

近日，海尔集团在日本推出新品牌AQUA系列产品及将在日本成立海尔亚洲总部和研发中心的事件引起各界广泛关注。继去年收购日本三洋电机在日本及东南亚四国部分白电业务后，海尔在日本的这一战略布局再次使其成为全球瞩目的焦点，充分彰显出其全球化品牌的实力和影响力。

事实上，海尔在日本的战略布局只是其全球化品牌建设及成就的一个缩影。目前，海尔已在全球建立了10个研发中心、21个工业园、24个海外制造基地和61个营销中心，并构建起研发、生产和销售“三位一体”的本土化运营模式。在这一模式下，海尔能够融入当地市场及文化及时准确的获取用户需求及潜在需求，并依托全球领先的技术、产品研发优势及整合全球优势资源的能力来满足用户需求。这使海尔成为全球各地消费者都认可的全球化品牌。

世界权威市场研究机构欧睿国际公布的最新市场调查结果显示：海尔大型白色家用电器2011年品牌零售量占到全球市场的7.8%，第三次蝉联全球第一。同时，海尔还包揽了冰箱、洗衣机、冷柜、酒柜等领域的七项全球第一，稳居全球白电市场主导者地位。这一数据既是对海尔全球化品牌形象及实力的最好体现，同时也是海尔品牌获得全球消费者认可的最有力证明。

海尔的全球化品牌形象及成就也得到了世界主流媒体及权威人士的高度认可。去年德国柏林消费类电子展览会(IFA)期间，欧洲最大电视台RTL、德国《柏林日报》、意大利《新闻报》、德新社、美通社等集体聚焦海尔，海尔成为历届展会上首个被当地主流媒体集中报道的海外家电品牌。

近日，海尔更是相继登上英国最大广播电台BBC、美国华尔街日报、意大利《24小时太阳报》、《曼谷邮报》

等世界知名媒体的重要版面，全球化品牌地位凸显无疑。欧盟前主席普罗迪甚至盛赞道：“海尔的发展速度太快了，以至于领先欧洲的家电企业。”毫无疑问，海尔已经成为中国企业全球化品牌建设的典范。

北大纵横管理咨询集团高级合伙人、战略管理咨询专家孙连才对这一观点表示赞同。他指出，“海尔的品牌营销因其融入当地的文化而取得成功。海尔的实践证明，在全球市场一体化的今天，中国企业必须将自身的价值链扩张到海外，进行全球范围的营销并打造出自己的全球化品牌才能生存，这也是中国企业的唯一出路”。

任何品牌的成长都源自于消费者的信赖。从根本上而言，消费者的信赖则是由满足其需求的领先产品所带来的。海尔能够受到全球消费者的信赖，原因就在于其始终以消费需求为导向，不断生产出超出消费者期望并能最大化满足其需求的高品质领先产品。

以泰国市场为例，海尔根据当地特色及需求推出的最节能冰箱、零结霜冰箱、“零水压”洗衣机等差异化领先产品，极大地满足了当地市场的需求，改变了一直以来当地消费者对“中国制造”低质、低价的印象。海尔凭借这些自主品牌的产品获得了当地消费者的信赖，品牌知名度和美誉度大幅提升。此外，海尔空调创新推出的“三年保修”服务改变了当地空调行业的服务格局，引领了当地行业标准。海尔的这一举措实质上也是对其产品高品质的自信。

事实上，真正的全球化品牌不仅在产品、品质、企业规模和市场表现上达到全球领先，行业标准的制定更能体现其领先的全球品牌形象。在这方面，海尔也走在了全球前列。据媒体信息显示，在国际电工委员会(简称IEC)第74届大会上，海尔提报的17项议案全部通过大会审定，成为提案数量最多的企业。截至目前，海尔共参与起草了77项国际标准，其中27项国际标准已发布实施。这也从根本上保证了海尔产品的品质及领先性，确保海尔全球领先地位的稳固与不断提升。

此前公布的家电业十二五规划指出，未来五年内我国家电业要在全球范围内打造3-5个具备竞争力的自主品牌，从目前产业发展态势看，海尔在全球化布局支撑下打造全球化品牌的路径为中国家电业的转型升级之路提供了借鉴。

## 齐鲁车展即将登陆石油大学体育场

# 本报“汽车团购”集结号再次吹响

去年秋季，历时3个月的本报汽车团购活动取得巨大成功，700多名读者参与团购活动，最后有420多位读者通过本报汽车团购活动，称心如意地购买到自己的爱车。

本报春季汽车团购活动再次拉开序幕，车展团购集结号再次吹响。

今年春季，本报组织的汽车团购活动将有多家各类进口、合资、自主品牌车型参加。经过一个多月的征集活动，将在4月份集中落地，让更多的读者享受到更大的优惠。

“说的天花乱坠，不如实在优惠。说一千道一万，优惠是硬道理。”

自即日起，本报接受读者团购报名。免费报名，本报不收取任何费用。

**团购报名登记热线：**
**0546—8327067**
**8318107**

地址：东城府前街75号，齐鲁晚报今日黄三角编辑部。