凌晨等着为病人交押金 银行卡卡在取款机

工行员工为客户垫付“救命钱”

11日下午，张新丽(右一)在帮助客户办理业务。（邹俊美 摄）

凌晨想取3000元钱为病重的家人交住院押金，却不曾想只取出2000元钱，就取不出来了，连银行卡也被卡在取款机里。接到客服电话后，中国工商银行聊城分行振兴路支行的张新丽迅速赶到现场，让客户先拿着自己的1500元钱应急。正因为这1500元钱，让这位客户的家人及时治疗，脱离了生命危险。

中国工商银行聊城分行振兴路支行的张新丽说，3月7日晚，她被一阵急促的电话铃声惊醒，一看时间竟然是0点20分，这个电话是工行95588客服电话打给她的，有一位客户在工行聊城分行振兴路支行的自助取款机上取钱，眼看着取款机上显示的卡内余额被扣除，可是钱并没有取出来，这位客户非常着急，要求立即处理。

挂掉客服电话后，张新丽马上和客户进行联系。张新丽说，当时客户情绪非常激动，说是由于家人病重住院急用钱，要求马上解决。由于当时正是凌晨，张新丽连忙叫上家人一起向网点赶去，走到营业所时，这位客户正焦急地等待着。一见到张新丽，就连忙解释说，自己的家人就在这个营业所附近住院，急需要缴纳3000元押金，可是将银行卡放进取款机后，只取出来2000元钱，就再也取不出钱来了，银行卡也被卡在取款机里面，显示卡内余额已被扣除。这位客户说，自己的家距离医院比较远，这个时间也不好去筹钱，而家人病重，正亟需这笔钱等待治疗，所以请张新丽务必帮忙把钱和卡都取出来。

张新丽说，她听后也特别替这位客户着急。她连忙向客户解释，这种现象是由于ATM机出现故障造成的，按照制度规定，非上班时间无法解决。看着客户着急的样子，她又连忙拿出自己手头的1500元钱给这位客户，让这位客户先拿去应急，并且安慰这位客户说，请他放心，他的卡和钱都是安全的。

第二天中午，这位客户手里拿着1500元钱，匆匆忙忙来到工行振兴路支行，非常激动地对张新丽说，她那1500元钱真是救命钱，由于治疗及时，他的家人已经脱离危险。自己和张新丽素不相识，可是就因为他是工行的客户，借给他1500元钱连张借条都没让他写。他给自己的朋友说了，自己的朋友都说不相信。当天有几个朋友还跟着他一起到振兴路支行，说是如果他说的这种情况属实，以后都把账户开在工行，所有业务都在这里办。张新丽说，就因为这件事，她所在的支行又多了6个特约商户。 （杨淑君 张子越）

泰山啤酒构筑竞争壁垒 提供最优质的原浆啤酒服务消费者

啤酒业得山东者得天下，说明了山东啤酒市场的地位非同一般。几大巨头基本上主导了中国啤酒市场，但价格战却一直没有消停。啤酒巨头们不断在终端投入高额费用，通过买店、专营的方式排挤竞争对手，希望通过这种方式“一劳永逸”地解决竞争的问题。当以这种方式实现品牌垄断销售后，带来的后果是消费者的话语权很微薄，最终也必将提高酒店终端的利益。当大众把目光聚焦于几大巨头之间的博弈时，泰山啤酒构筑竞争壁垒，在啤酒界竞争中选择了差异化之路，推出最优质的泰山原浆啤酒以大众价格投放市场，受到消费者的一致认可。

作为中小企业的泰山啤酒厂家，以产品、服务的差异化作为切入点，实行蓝海战略，通过价值创新来获取竞争优势，推出泰山原浆啤酒和黑麦啤酒特色产品，规避与其它品牌拼投入、抢终端的竞争，逐步建立竞争优势，构筑了三大壁垒：第一大壁垒是技术壁垒，特别是对中小型啤酒企业，泰山原浆啤酒花巨资引进德国生产工艺，同时不断进行工艺创新，攻克了原来只有冷藏储存、低温饮用的7天保鲜的原浆啤酒所带来的消费局限，新推出了常温30天保鲜的小原浆啤酒。第二大壁垒是观念创新，大型啤酒企业不会跟随泰山啤酒的脚步，泰山啤酒走的是差异化路线-蓝海战略，企业的规模不对等，大型啤酒企业并没有在观念上给予重视。第三大壁垒是运营模式，泰山原浆所打造的运营模式对大型啤酒企业来说是一大挑战，为实现泰山原浆啤酒“极致新鲜”的承诺，泰山啤酒以迅捷的物流模式做保障，厂家直送各大酒店，确保让消费者第一时间品尝到极致新鲜、营养丰富的好啤酒。显然，这种围绕单一产品而进行的运营环节设计在现有大型啤酒企业的既有体制和策略下是无法做到的。

业内专家表示，泰山原浆啤酒以其新鲜、营养等高品质特色大大区别于市场上的普通啤酒，以大众价格投放市场，其中一个重要的原因就是不会跟随其它竞争对手采取买店、专营等手段，将节省下来的费用让利于消费者。