

马拉松线路景观改造工程竣工

历时46天,建设改造绿地17.3万平方米

本报5月9日讯(记者 李金金 通讯员 吴艳霞) 9日,记者从东营区城市管理局获悉,历时46天的时间,目前,东营区马拉松线路景观改造工程于5月8日全面建设完成。建设改造绿地17.3万平方米,为创建全国文明城市,迎接黄河口马拉松大赛奠定了基础。

东营马拉松线路景观改造工程是实施东营区新区综合配

套提升工程中的重点工程之一,于3月24日开工建设。该工程面临种植土及大规模苗木资源紧张、改造工程施工难度大,工期紧、任务重等多重困难。但为了保证工程按期、保质、保量的完成,根据工期要求,精心制定了施工组织方案,采取“倒排工期、压茬推进、昼夜施工、每日调度”的方式,组织施工企业紧

时间完成平常需要60多天才能完成的工程任务。

马拉松线路景观改造工程改造总长度为6060米,建设改造绿地17.3万平方米,总投资5100余万元,在重要的路口、节点等部位种植了大规格的特选苗木,摆放了景石和雕塑,并对沿线的171基路灯杆进行了立体花盆绿化,在

路灯杆之间的人行道上摆放了140个仿木质花盆,大大提高了绿化档次,烘托了赛事气氛。成功为马拉松赛事的举行营造了优美的赛道环境,为国家生态园林城市的创建和生态文明典范城市的建设做出了贡献。

宠物频咬人,市民没意识

宠物险不“受宠”

本报5月9日讯(首席记者 聂金刚 见习记者 侯凯) 近期天气炎热导致宠物频频伤人,可是市民在打疫苗的同时却想不起给宠物人保险。9日,记者调查发现,市民意识不到和宠物缺少合法许可证成为不给宠物人保险的主要原因,这让东营的宠物险一直不受宠。

9日,记者咨询了东营市多家保险公司,发现他们都有不同种类的宠物险,可是买宠物险的市民却很少。中国人寿财产保险山东分公司承保运营管理部门的王女士说,他们公司有动物饲养责任保险。王女士说介绍,宠物险很多情况下是不赔偿的,精神方面的伤害就不在赔偿范围。“因为该险种主要针对第三者,所以宠物咬自己的主人也是不赔偿的。”

平安保险的工作人员说,他们有类似险种,但包含在家庭财产保险中,不过购买的人却非常少。中国人寿财产保险的工作人员也表示,宠物险是最冷门的险种,很少有市民人宠物险。

记者了解到,除了维权意识差外,宠物的合法性也成为市民不投保的主要障碍。目前东营市宠物数量众多,可是大部分都是“黑户”。保险公司条款一般规定,必须有政府核发饲养许可证的犬类,没有办理正规手续的黑户宠物不能参保。

相关链接:据了解,宠物险在国外已有数十年历史,保障内容不仅包括宠物健康和意外赔付,还延伸至它们的医疗保险领域。但在我国宠物险只是个冷门险种。宠物险的保费很低,一年在几十元到百元不等,投保后如果家中的宠物伤了人,依法应由宠物主人赔偿,符合赔偿范围的费用将由保险公司“买单”。



迎比赛建筑工地施工现场有要求

现场围挡、外立面防护、卫生环境等都进行了规定

本报5月9日讯(记者 李金金 通讯员 李炳忠 张杰) 9日,记者从东营市住房和城乡建设委获悉,对建筑施工工地逐一勘查管理,已责令相关责任单位设置马拉松赛道周边建筑施工项目围挡2500余米,喷绘布装裱7700多平方米等,以提升城市形象,营造黄河口国际马拉松赛良好环境。

相关单位的负责人成立了领导小组,具体负责督导赛道周边建筑施工项目围挡、外立面防护、卫生环境等工作。施工现场安装封闭式大门,门扇高度与围挡相适应,门头要标明施工企业名称并悬挂企业标志。

另外,负责人还加强督导检查,对建筑施工工地逐一勘查、点评,实行销号管理,确保所有

工地及时整改到位。截至目前,已责令相关责任单位设置马拉松赛道周边建筑施工项目围挡2500余米,喷绘布装裱7700多平方米,建筑垃圾、生活垃圾清理70余立方米,整理外立面防护网4100平方米,围挡全部按标准设置美化,建筑物外立面防护措施进一步加强,施工现场环境得到全面改善。

搭拱门

9日下午,在新世纪广场南侧,工作人员正在搭建马拉松赛事的终点拱门。据了解,起点将设置在新世纪广场北侧。

本报记者 任小杰 摄影报道

我国冰箱境外再被关注 法国媒体推荐意式二代冰箱

继中外家电品牌相继模仿卡萨帝意式三门冰箱之后,这款被全球消费者普遍认可的冰箱又上市了第二代产品,并再次引起外媒的关注。近日,法国知名媒体TWC(the web consulting)在其网站刊文对海尔集团意式二代冰箱新品进行了重点推荐,充分肯定了这款产品引领市场趋势的特质。在全球知名品牌林立的法国市场,海尔受到当地媒体主动推荐充分显示出其强大的全球品牌影响力。此前,意大利媒体曾评价说“这是一款会被竞争对手模仿的产品”。目前,仅在中国市场,就有多个家电企业模仿其第一代产品,推出了抽屉式的三门冰箱。

TWC(网络咨询)是法国知名综合类媒体网站,发布内容涉及家电

零售、财政经济、信息技术等领域,以新闻报道的及时性、专业性和前沿性而备受关注,在法国网民中享有较高的知名度和影响力。此次,该媒体对海尔集团意式二代冰箱人性化的外观设计、原创的空间布局以及卓越的环保性能进行了详细介绍,并着重突出了其领先的产品品质及满足消费者需求的能力。

文章认为,意式二代冰箱通过外观设计及内部结构的创新性变革,能够使消费者的冷藏、冷冻生活变得更加丰富多彩,同时也为节省室内空间的消费者提供了最优解决方案。据介绍,这款冰箱新品对冰箱冷藏空间进行了简化设计,扩大了冰箱有效利用空间;但在内部构造上,冰箱设计却得到进一步完

善——可互换的钢化玻璃搁架、LED节能灯、可控温保鲜盒以及横向的伸缩……为用户带来更加舒适、便捷的冰箱使用体验。

在冷藏保鲜性能上,意式二代冰箱中门可以实现-5℃至5℃的自由变温,延长了储存食物的保鲜时间并锁住营养不流失。此外,该产品还具有无霜制冷和高效节能的领先优势,“相比其他冷却系统,意式冰



箱能够更健康、更高效、更经济的保存食物”。

事实上,海尔集团冰箱产品凭借领先的技术及对消费者需求的准确把握,已经引领了法国市场的冰箱发展趋势,受到当地媒体及经销商的一致关注。法国当地包括《电视全览》(Télérama)和《西部房屋》(Maison Cote Ouest)在内的多家知名杂志对海尔MY ZONE系列无霜三门冰箱进行了重点报道,认为其“创新的设计和优雅的外观完全符合法国消费者的审美品位”。

今年年初,海尔集团意式三门冰箱、彩晶玻璃门冰箱等创新产品再次获得法国最大家电连锁渠道Darty渠道主推,以满足当地消费者对海尔产品的需求。目前,海尔产品

已进入法国知名度最高、客流量最大的前五大销售渠道并取得了令人瞩目的业绩。此外,在全球最大、最具人气的社交网站Facebook上,海尔法国粉丝数已突破3.7万人,成为最受当地消费者关注的高端家电品牌之一。

此外,领先的产品与品牌实力还使海尔受到全球消费者的信赖与认可。世界权威市场研究机构欧睿国际公布的2011年全球家电市场调研数据显示,海尔冰箱再次以13.7%的品牌零售份额与16.5%的制造商零售份额成为全球冰箱第一品牌,连续四年蝉联全球第一。海尔冰箱不仅用户资源达到全球最大规模,还是全球冰箱市场增长最快的品牌。

万人相亲大会 汽车千人团购会 本报“汽车团购”集结号再次吹响

去年历时3个月的本报汽车团购活动取得巨大成功,1500多名读者参与团购活动,最后有1000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。5月26、27日齐鲁相亲大会将在东城银座商城隆重举行。

同时,本报汽车团购活动也将再次拉开

序幕,汽车团购集结号再次吹响,本报将组织20余家汽车品牌参加本次团购活动,届时汽车经销商将出台最优惠的政策让利于消费者。

“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。

团购报名热线:15550546000

团购QQ群:65423889

地址:营市东城府前街75号大众日报办公楼(齐鲁晚报·今日黄三角编辑部112室)。