

10吨鱼抵两年工资愁坏打工仔

两个月只卖出1吨,冷库又急着让他腾地方

本报济宁3月27日讯(记者 岳茵茵) 两年前,家住济宁的上官庆宾在日照一渔船上打工,去年年底结工资时,老板用10吨海鱼抵掉了他的12万元工资。目前,10吨海鱼只卖出1吨,而存货的冷库就要清空了,这让还没找好销路的他愁眉不展。

27日上午,在济宁太白湖新区白屯社区一个小型冷库,记者见到了上官庆宾。他正在整理成箱的海鱼,而冷库的一角就堆放着这些天来让上官庆宾愁眉不展的9吨海鱼。这些海鱼中,多数是带鱼,还有很少的鲅鱼。今年33岁的上官庆宾,头发花白,脸上胡须多日未剃,看上去远大于他的实际年龄。他说,这9吨鱼像是每天都压在他身上一样,压得他喘不过气。

这一堆海鱼的来历还得从去年说起。2012年,经朋友介绍,上官庆宾来到日照岚山港帮人捕鱼,内陆人不熟悉水性,只能做些帮忙拉网的苦力活。上官庆宾说,那时出海捕鱼有赚有赔,有时出去一两个月收获无几,有时却又装满鱼舱。“老板当时承诺的工资平均每个月不少于5000元,我干了20个月,欠我11万多的工资一直没给。”就这样,一直到去年10月份他请假回家。

去年年底,上官庆宾决定要回工资,他去找老板多次要钱,但都没结果。“到最后,马上就要过春节了,我又去了一

次,他把我领到一个冷库旁边,说鱼都卖不出去没钱给我,让我拉走10吨,8吨带鱼2吨鲅鱼。我当时心想过年家家户户都买带鱼,应该不愁销路,就租车把鱼从日照拉回济宁了。”

回到济宁,经人介绍,他把10吨海鱼暂时存放在一个原本储存雪糕的小型冷库里。“当时临近过年,各个冷库都满满的,能找到这样一个就好了。当时,我和冷库的老板说好,每月2000元的费用。但因为没钱,直到现在我一分钱也没给过。”上官庆宾说,虽然冷库老板卢先生从来没跟他要过钱,但他每次见到卢先生都觉得不好意思。

这些海鱼刚拉回来的时候,他叫着亲戚朋友走街串巷卖掉了1吨,之后剩下的这些就再没卖出去。“我去水产品市场上问过,人家都有固定的进货源,不要我的货。”

更让他发愁的是,一周前冷库老板卢先生告诉他,现在又到了每年存放雪糕的季节,需要把冷库腾出来存货,希望他尽快把鱼拉走。卢先生告诉记者:“我知道他没钱,鱼卖不出去着急,可我也是做生意的,货款已经交了,就等着腾出地方放货了。”

上官庆宾说,现在还剩8吨带鱼和1吨鲅鱼,而且这些鱼没有太多的冰衣压重。“我就想低价把鱼卖出去,哪怕先不给我钱,把鱼拉走能给人家腾出地方。”



▲海鱼处理不完,愁坏了上官庆宾。本报记者 李岩松 摄

延伸阅读 若检验合格 多家超市将帮卖

为了能帮上官庆宾的海鱼快点找到销路,记者联系了济宁几家大型超市,他们纷纷表示可以帮助上官庆宾售卖,但由于这些海鱼没有检验合格证,担心鱼的质量,所以他们希望这些海鱼先经过检验再帮卖。

一连锁商场济宁分店的相关负责人表示,虽然不能全部收购,但依照他们的销售情况能收不少。“我们济宁店可能要不了太多,不过价格合适还有其他地市的店,也可以收购。”

济宁多家超市和爱心组织也表示可以帮上官庆宾渡过难关。“现在就等检验检疫结果了。”一超市负责人说。上官庆宾表示,为了让大家放心,他已经与济宁市食品进出口检验检疫中心联系,约好28日上午带着部分海鱼去送检,相信很快就能有结果。

如果有商家或者爱心人士愿意帮助上官庆宾,可以拨打记者岳茵茵电话:18678730233,您的爱心将会被及时传递出去。 本报记者 岳茵茵

灭火器咋用 五成老年人不懂

本报济南3月27日讯(记者 尉伟 通讯员 张海波 王全军) 27日,记者从省公安消防总队了解到:为真实反映社会公众掌握消防安全知识的程度,客观衡量评估公民消防安全素质,我省“国民消防安全常识知晓率调查”正式出炉,结果显示不少人不知灭火器如何使用、对安全出口的关注度也较低。

“如果您身处人员密集场所,如商场、购物中心、集贸市场、饭店、宾馆等地,是否关注过安全出口的位置?您是否知道您家属院或办公楼等周围的消防设施?”

调查结果显示,虽然公众对火场自救逃生知识技能掌握相对全面,但在日常生活中消防安全防范意识较为淡薄,其中“了解灭火器功能及使用方法”的得分仅为65.30分。

按年龄不同分析,约五成的老年人不了解灭火器功能及使用方法,按性别分析,较大一部分女性受访者不了解灭火器功能及使用方法。

而在火灾隐患举报投诉电话知晓率,家用电器线路、燃气管道、灶具等的检查习惯,居住或办公楼等周围消防设施知晓率以及人员密集场所安全出口关注度方面,人员密集场所安全出口关注度为58.60分,得分最低。

劲爆促销季 空调“红”似火

海信、美的、格力相继发力山东空调市场

在变频空调被消费者普遍接受的前提下,节能、健康、智能将成为2014年空调市场的主流,而各大空调品牌更是提前做了市场热身,海信、美的3月初的促销活动都取得了业内瞩目的成绩,接下来的市场将进入“格力红四月”的促销竞赛。

节能、健康、智能 将成空调市场主流

2014年节能、环保、智能将成为空调行业、企业、消费者谈论的热点。在国家节能减排政策进一步引导产业转型升级的现状中,空调产品的发展方向将产生持续变化,以高效节能产品为例,其市场占有率从2012年中的近20%,发展到2013年5月的突破60%。而变频空调新国标主要是对后市节能产品结构的影响更大,目前变频空调概念已被消费者广泛接受,在价格相近的情况下,消费者更倾向选择节能高效、舒适的变频产品。

为迎合的高端消费者提供超越期待的完美体验,这不仅仅是智能与时尚的标准,更多的是通过不断革新物联网技术和艺术装饰满足他们对高品质生活的追求。据中怡康监测数据显示,2013年,智能空调同比增长率达20%,随着美的、海尔、海信等众多品牌的参与,预计在新年度空调销售市场中,智能空调将成主流,智能空调将成为数字家庭概念下的热点机型。

而此前苏宁发布的《2014年空调行业白皮书》指出,2014年空调

市场将迎来更新换代期,整体市场规模将保持5%左右增长,空调产品将朝节能环保、健康、时尚、智能化方向发展。由于城镇化发展将进一步激发三四级市场的潜力,同时房地产市场整体向好,助推空调总量稳步提升,加之“超龄”空调淘汰淘汰,2014年空调市场将迎来更新高峰,预计全年市场将换新空调量将突破1200万台。

海信、美的率先 发力山东空调市场

2月28日至3月2日,海信空调打响齐鲁空调促销季的第一战。在这次持续9天的大型春季空调促销活动中,海信空调山东市场销售总量接近10万台,其中平瀑系列A8系列受到广大消费者的热烈关注,艺术化设计销量将近1万台,创造了近年来春季空调销售的一个奇迹。据了解,海信此次活动的产品阵容,包括了新近发布的“变频A时代”近30款平瀑系列A8新品,不仅有快速去除PM2.5、甲醛、异味等净化功能,同时还可通过智能手机、PAD、PC等设备远程控制,还能通过微博私信对话,随时随地对家中的温度、湿度、空气净化进行调节,从倡导节能环保的“变频时代”



“格力红四月”火爆促销场面 (资料片)

转变到了倡导个性化、多元化消费需求的“A”时代。

一周之后,“美的空调火三月”盛大启幕,仅3月7日—9日短短3天时间,美的空调全省销售突破30多万套,创造了9月空调淡季的促销神话。据山东美的市场负责人介绍,美的空调一款1.5匹的全新产品阵容,全年最低的价格优惠和历年以来美的9月促销的传统,已将“美的空调火三月”打造成一个山东空调市场的促销盛宴,而活动又主推符合APF能效标准的节能空调,契合了当下消费者对空调节能环保的需求,活动大卖已在预料之中。

业内人士分析认为,海信和美的之所以率先发力空调市场并取得销售火爆的业绩,一是由于消费者已普遍倾向于提前购买

空调,避免旺季购买之后安装不到位等问题,二是两大品牌的活动不但保证产品质量,而且确实做到了优质低价,把促销活动做成了业内的营销事件,品牌效应和口碑传播实现了活动收益的最大化。

“格力红四月” 瞄准清明小长假

在海信、美的相继推出大型空调促销活动之后,想买空调的山东消费者可能发愁:格力什么时候促销呢?没错!格力空调每年活动力度最大的一次就是在4月份。据山东格力空调市场人员介绍,山东格力红四月已举办9年:2010年4月10日、11日两天,山东格力首推红四月销售突

破20万台;2011年4月9日—6日,山东格力红四月销售突破40万台;到2012年4月7日、8日两天,山东格力红四月销售突破45万台。一年一个变化,一步一个台阶,山东格力三年之内用7天的时间实现了销量突破100万台的营销神话,创造了家电行业单项营销活动的历史记录。

“今年的‘格力红四月’将定在4月5日至7日三天时间,特别值得一提的是,格力空调、美的变频、大松电器三大品牌首次联手全部参与本次红四月活动,格力品质有口皆碑,本次红四月活动可以算是‘用最便宜的价格,享受最高端产品’的唯一机会”,也必将创造新的销售记录。”山东格力相关人士对于这次营销盛宴信心满满。