

拆违拆临拆出百岁高龄“电楼子”

始建于1908年,目前仍在为附近居民供电



城记

近日,伴随着槐荫区经三纬七路拆违拆临工作的推进,纬七路东侧百余米的违章建筑在推土机作业中轰然倒塌,而原本藏在路口东南角一处有百余年历史的变电室终于露出了全脸。此处已列入文保单位的“电楼子”至今仍在正常运行,为附近居民默默服务着。



拆违拆临,让这处百年“电楼子”重见天日。

文/片 本报记者 张九龙
实习生 刘双媛

百余岁“电楼子”仍在正常使用

“拆违拆临是好事,千万别把这民国时期的‘电楼子’也给拆了啊。”看到经三纬七一带拆

违拆正在轰轰烈烈进行,望着路口的这处老建筑,老济南崔兆森有些担忧。

崔兆森口中所说的“电楼子”是老济南的称呼,学名叫变电室、配电室,这座“电楼子”已经在此矗立了百余年。

这处“电楼子”位于经三纬七路路口的东南角,大体可分三层,有七八米高,坐东朝西。第

一层是一个铁门,第二层的中间是换气扇,第三层则是变电设施,功能区分明,设计合理。目前,这处“电楼子”由电力部门管辖,仍能正常供电。

“这处建筑已被列入市级文保单位,而且现在仍是电力设施,肯定不会被拆除的。不仅如此,周边违建拆除后,会统一进行修整,‘电楼子’周边的环境会

得到提升。”槐荫区五里沟街道办事处相关工作人员介绍。

据了解,随着城市的发展,昔日司空见惯的商埠区“电楼子”已经大多消失在了人们的视野中。除了经三纬七路这处,在大观园北门、中山公园南门和北门、小广寒电影博物馆、济南饭店、经二纬六等地还零星保存着几座。此外,在经二路市法院附近,也存留者一处老“电楼子”。

成为文保单位 得到有效保护

商埠区的这些“电楼子”虽然只是普通的公共设施,但是能看出当时城市规划者、建设者的品位和眼光。崔兆森介绍:“这些‘电楼子’有大有小,造型并非千篇一律,而是各有特色。”正因如此,这些“电楼子”以“济南商埠区变电室建筑群”的名义被列入济南市第四批文物保护单位名录。

在这些“电楼子”里,保存最好的就是经三纬二路的了。李建军是济南小广寒电影博物馆馆长,怀着对济南历史文化的热爱,2006年,他租下了小广寒电影院旧址和旁边的一座“电楼子”。随后,历经近两年半的时间,他完成了对小广寒的加固和修复工作,并结合西餐使其变成一家电影主题餐厅,使这处优秀历史建筑得到了有效保护。

“修复门口的这处‘电楼子’花费了十多万元。”李建军介绍,如今这处“电楼子”已经成为小广寒的门脸,经常有游客在此摄影留念。

较早用上电灯 济南引领时尚

20世纪初,中国的电力发展出现了第一波热潮。1905年北平京师华商电灯有限公司成立,同一年,紧跟时代潮流的济南和天津、上海南市区、汉口、重庆等地一起,在全国率先步入了电气时代。

当时,沂水人刘恩柱、莒县人庄式如在济南的院后街设立“济南电灯房”(后更名为“济南电灯公司”)。开始由于股本有限,只配备了两台小发电机,并聘请德国人斯密特·哈姆来济南装机。所发的电只能供应院前、院后和西门一带照明用,因此济南最早用上电的地方是老城区。从此济南巡抚衙门内、达官和巨商富贾宅邸有了电灯。

随着商埠发展的需要,1908年,省抚部院谕令扩充电灯公司,附入官股加以支持。此后,该公司又在东流水街另设新厂,利用西护城河水发电,增添德国西门子公司制造的两台210千瓦发电机,并筹建总厂,逐步将电灯照明区扩展到商埠及全城,济南的城市供电网络初步形成,商埠区“电楼子”就是诞生在那个时候。

“派派”熟人社交APP为什么会流行?

近年来移动社交平台越来越多,在方便大众的同时,网络媒介的存在也无形中造成了熟人之间距离的疏远。“生于熟人,死于陌生”的怪相逼迫人们开始反思为何互联网正在杀死本应充满无限可能的社交创意。

近日,熟人社交APP派派在众多明星大咖的带动下成为了大众追逐的焦点。从炙手可热的娱乐扛把子大张伟、柳岩、大鹏、小沈阳,到街头巷尾奔波着的普通大众,无不被“偷好友红包”这一社交新玩法刷屏洗脑。

派派的魔法是什么?久早的社交创意是如何老树开花,焕发一“派”生机的呢?

事实上,移动社交用户多为年轻人。猎奇、兴趣相投、自我展示、情绪宣泄是年轻人维系朋友关系的天性需

求,从年轻人的普遍社交心理,不难理解派派的异军突起。据了解,大部分年轻人受环境的影响,不喜欢维持一段“半生不熟”的关系,他们的社交行为直接而有目的性。而派派广告片中的“娱乐社交”定位,似乎恰恰填补了年轻人对熟人关系的定义。

派派的社交理念和技术创新,在于推出了全新社交方式,让熟人之间的互动更有趣,“偷好友现金红包”、“整蛊好友”等功能刷新了传统社交模式单一的联络功能,通过极大地丰富熟人好友间的娱乐式互动,解决了“友谊降温”的尴尬。试想,手机屏幕突然显示某个好友“偷走了你10元红包”,你的神经一定是瞬间紧绷,想要一探究竟。无论是主动去“玩”或被动地“被玩”,好友互动中娱乐元素的加

入,都迫使彼此保持紧密联系而不显得做作。

其实“红包诱惑”早已不陌生,春晚的全民抢红包就已经成为了大年三十的国民兴奋剂。派派用户之所以还能对偷红包乐此不疲,“偷”的过程中所带来的贴身肉搏般的刺激感,无疑是满足年轻人“越铁越要损”这一心理的娱乐化调剂,这就解释了派派一经上线即受到娱乐圈女神鲜肉热捧的背后原因。

业内人士分析,随着中国网民低龄化趋势日益明显,年轻用户将更喜欢尝试新奇的社交方式,派派发起的“娱乐社交”玩法对于赢得用户起到了立竿见影的效果。在平台优质内容与先进技术创新的结合下,未来移动社交领域的新思路也许也正在酝酿成型。

山东龙力电器成功签约美国马拉松公司

4月18日,山东龙力电器有限公司与美国马拉松洗衣机公司合作签约仪式在腊山工业园隆重举行。美国马拉松洗衣机公司格伦里德先生和卡瓦里先生,山东龙力电器有限公司张象柱先生作为双方代表出席本次签约仪式。签约仪式当天,济南市中区委常委统战部部长王云刚、省家电协会会长曹海奎、济南市贸促会副会长王钟、济南财金控股投资集团总经理王立伟、市中区文化创意产业园区服务中心主任黄春国、市中区贸促会副会长刘元聚,作为重要与会嘉宾共同到场见证。双方就产品生产与技术支持等方面达成共识,并签订战略合作协议,两年内完成20万台洗衣机的生产,合作总金额约10亿元。

山东龙力电器有限公司始建于1992年,是专业从事滚筒洗衣机研究、开发、生产、销售一体



的家企业。公司始终坚持“产品创新,质量第一”的方针,先后通过ISO9001质量体系认证、3C、CE认证,荣获“济南名牌”等称号。同时公司积极拓展海外业务,产品远销至法国、俄罗斯、瑞士、奥地利、伊朗等二十多个国家和地区,此次战略合作协议,不仅是两家公司达成合作协议,对国内洗衣机制造行业也有深远的影响。相信山东龙力电器有限公司和美国马拉松洗衣机公司,两家公司强强联手必将推动整体行业向前发展的脚步!

红星美凯龙APP将贯通线上线下,开创家居精细化营销新模式

4月14日上午,新零售·新突破·新未来——红星美凯龙山东中区互联网战略合作伙伴沟通会在济南隆重举行。

红星美凯龙集团总裁李斌,红星互联网类目运营中心总经理史伟栋,山东中区总经理徐志敏以及家居品牌经销商等超过100人一起见证了这一战略合作。

在会上,李斌指出,中国大概有1.3亿到1.8亿“新中产”阶层,他们成为了中国一个橄榄型社会中的中坚力量。

红星美凯龙就是将网络战略的主要用户定位为新中产。他们追求精神质量和生活品质;注重环保、设计和服务;具有明确的价值消费观,独特的精神追求,品牌消费普及,对商品赋予文化属性,将时间计入购物成本。

“1001战略”让线上线下相互赋能

早在2016年,红星美凯龙就公布了企业1001战略:1000家门店+1个互联网平台。就是说,要

以家为核心,打造1个互联网平台,跨界进行业务的拓展和外延,满足用户的一系列需求。

李斌说,红星美凯龙将统一底层数据库,整合线上线下数据,建立新的能量中心,实现线下实体店和互联网平台实现相互赋能。李斌认为,“数字资产将是商战未来的核心资产,红星要利用数字资产真正实现企业智能化。简言之,就是要利用互联网帮助品牌商获得更多的用户,提升用户的转化率,将低频的

行业转化为高频行业的目的。

线上旗舰店将坐拥 红星全部线下实体店

4月10日,红星美凯龙十大品牌官方旗舰店在APP——龙果率先上线,这在红星美凯龙互联网战略在新零售领域第一个落地点。品牌加入红星美凯龙品牌官方旗舰店,红星自有互联网团队会帮助品牌商建立O2O部门,统一录入完善合规的SKU和大数据的应用,有效避免线上线下两套产品。对

于品牌商来说,设立品牌旗舰店,可一店链接红星美凯龙全国200余家MALL内的其品牌的经销商店,红星美凯龙APP实现线上数据的沉淀,商户可以直观的得到客户数据。通过数据帮助经销商找到精准客户,实现闭环销售。

在互联网领域,红星美凯龙将与家居行业的同行们一起拥抱互联网,应用互联网的技术和工具,让更多的商户得到更有力量的支持,助力中国人的消费升级。