

本报记者 于悦

拦下着火货车 紧急施救

3月6日下午两点半,在章丘明刁路七郎村附近,一辆正在行驶的白色货车车厢突然冒出浓烟,司机却浑然未觉,正在附近工作的章丘供电公司变电检修班班长张磊和检修车司机景维河、检修技术员张金诚、于雷、窦殿勇四位同事恰好开着检修车经过,见此情形五人立刻决定帮忙施救。

“当时周围也有不少过往车辆,但没人停下来提醒司机。”景维河一踩油门冲到前面拦下货车。

五人立即下车。“那时风非常大,货车一停下,后斗的火势一下子就起来了。”张金诚说,货车后斗里四五十个塑料箱和纸箱里装着各种水果,为防冻上面还铺着厚厚的棉被。

从驾驶室走下的货车司机看到这一幕,已经吓得惊慌失措。于雷立刻跑回检修车上搬来两瓶灭火剂喷向货车后斗,一位路人也拿来一瓶灭火剂,但却不会使用,景维河立马从他手里接了过来,边打开保险栓灭火边告诉他:“太危险了,快离开这!”

拉水果货车变“火车”,司机行驶中浑然未觉

五供电检修员爬车徒手救火

这两天,一段救火视频在朋友圈里火了。视频中,五位穿着供电公司工作服的人正在对一辆着火的货车灭火,在缺少灭火剂的情况下,两位救火人跳上车厢徒手搬运着火物品,当火情得到控制后,五人没有留下姓名就转身离去。

章丘区供电公司工作人员在搬水果。市民供图



灭火剂用光 徒手搬着火物品

表层明火慢慢被扑灭,但盛着水果的货架和纸箱还在继续

续烧着,而三瓶灭火剂已全部喷完。一时间大家都不知该如何处置,班长张磊二话没说,迅速拔开车斗插销爬了上去,窦殿勇也跟着跳上去,两人在没有任何保护措施的情况下,开

始徒手搬运着火的水果箱。这时张金诚突然发现,着火点离货车的油箱很近,而烧化的塑料架开始滴落到油箱上,随时有爆炸的可能,于是赶紧疏散围观群众,指挥过路车

现马路对面一位骑电动车的市民不知何故突然摔倒在地。

视频显示,7时05分45秒时,这位市民摔倒在在了胡师傅公交车前方大约一百米处。公交车前方有两辆私家车和一辆电动车,其中骑电动车的市民

看了一下摔倒的老人,但是没有过来扶。

老人自己站不起来,只能艰难地向路边一步一步爬行,胡师傅毫不犹豫地靠边停车,拉好手刹,快步下车跑向老人,将其搀扶到路边,并关切地问年近八旬

辆远离事故现场。万幸的是,除了水果等被烧坏,车体没有遭受进一步损失。“车正常开走应该没问题。”张磊说,他们忙于施救,没有和车主做进一步交流,只知道车主来自邹平,“我们猜测,一开始可能是烟头扔到车厢的棉被上面引起了火灾。”

火被扑灭后 五人转身离开

整个灭火过程前后20多分钟,当火势被控制后,五人身上都沾满了黑灰和干粉,喉咙被烟熏得生疼,于雷的手都被烫伤了。但还没等车主反应过来道声感谢,他们就转身上检修车离开了现场。

回到工区后,张磊他们脱下黑乎乎的外套和衬衫,换上了另一套工装,没有向任何人谈起这件事,直到有同事看到转发的救火视频,才惊讶地发现:“这不是咱单位的人吗?”

在离事发地不远的城外家具城内,记者见到了事件目击者、明水街道樊家村村民张其甫。他称,货车起火时他正好在家具城里,见有人过去救火,他就拿起自家的灭火器跑了过去,家具城里几位老板见状,也忙端着水盆过来灭火。

张其甫的妻子拿出手机录下了这一幕。为赞扬这种英勇行为,她把视频上传到章丘当地论坛,网友纷纷转发点赞。

的老太太有没有受伤,需不需要去医院。老太太感动地说:“孩子我没事,家就在旁边,你快走吧,车上人还等着呢。”

再三确认老人没事后,胡士奇师傅就在乘客满怀敬意的眼光中重新上车驶向终点。

老太摔倒艰难爬行 公交司机停车搀扶

本报3月8日讯(记者 刘飞跃 实习生 刘晓旭 通讯员 李刚) 遇到老人倒地扶不扶?济南公交驾驶员胡士奇的实际行动就是自己的答案。8日早上,81路驾驶员胡士奇驾驶公交车路过舜通山庄陡坡时,远远发

海尔以世界第一家电品牌集群 建成智慧家庭第一平台品牌

3月7日下午,AWE开幕的前一天,海尔家电第二届全球品牌峰会在上海举行。此次峰会以“海尔智慧家庭,定制美好生活”为主题,展示了世界第一家电品牌集群——海尔、美国GE Appliances、新西兰Fisher&Paykel、日本AQUA、卡萨帝、统帅六大品牌取得的最新全球成果,继续夯实在家电领域的世界领袖地位。同日上午,海尔还发布了智慧家庭战略的最新成果——全场景定制化智慧成套方案,并正式将“智慧家庭”作为平台品牌开始在全球落地。至此,海尔将以世界第一家电品牌集群的全力支持智慧家庭第一平台品牌的落地,同时,在智慧家庭的战略下六大家电品牌也会拥有更广阔的品牌延伸与发展空间。

六大品牌协同效应凸显,业绩持续冲高全球第一

海尔发布六大家电品牌全球化战略的一年之后,在海尔家电第二届全球品牌峰会上,中国区海尔、卡萨帝、统帅三大品牌、GE Appliances、Fisher&Paykel分别展示了全球化品牌战略发布一年来的成果。

“2017年,中国区实现2位数增长,远超行业水平。其中,市场份额持续提升,均价同比上升18%。”海尔集团副总裁、中国区首席市场官李华刚介绍说。2018年的中怡康最新数据中显示,海尔冰箱、洗衣机市场份额均高于30%,呈三分天下独占其一的历史新高。六大家电品牌全球化战略发布至今,已实现高端引领、智慧引领、社群引领三个层面的行业占位。其中,海尔仍以10.5%品牌份额第9次蝉联全球第一;卡萨帝以41%的增长速度远超行业,并且在冰、洗10K+市场实现高端第一的持续引领;统帅依然是年轻人首选家电品牌,过去一年销量增幅超行业10倍。

2017年GE Appliances在夯实北美第一厨电地位的同时,海尔+GE Appliances以27.2%的空调份额超过伊莱克斯旗下品牌Frigidaire位居第一。“海尔与Fisher&Paykel在新西兰的市场份额已占到42%居第一,且高



于上一年。”据斐雪派克高层透露。另外,AQUA在日本商用社区洗衣机领域占有高达75%市场份额,成为当地最受欢迎的高端品牌。此外,海尔在科技领域也拔得头筹,在专利质量、标准建设、工业设计大奖、国家科技进步奖四大领域均实现第一占位。

至此,海尔以六大品牌集群在全球市场上实现了份额第一、品牌影响力第一、原创科技水平第一的领袖地位。

品牌全球化沉淀三大优势助推建成智慧家庭第一平台品牌

海尔六大家电品牌协同后沉淀出“硬件强、成套强、智慧强”的三大优势,为建成海尔智慧家庭第一平台品牌提供了最坚实的支撑。换言之,正是因为海尔在传统品牌领域的全面领先,才撑起来海尔在智慧家庭上的领先。具体分析就是:

——硬件强。相对于智能家居行业多以贴牌代工的方式进行智能单品的制造与销售,海尔智能单品的品质、可靠性、精细化水平等均是行业领先的。

——成套强。目前,智能家居行业品牌还没有一个企业能够生产全套的智能产品。基于全球6大品牌布局,海尔现已拥有线下30000家门店,今年还将继续布局6000+智慧家庭体验馆,也就是说用户可以在全渠道成套体验与成套购买,并且海尔可提供全屋一键配置的省心设计。

——智慧强。海尔以UhomeOS和IoT+AI双引擎的海尔U+智慧生活X.O开启全场景服务定制时代,赋予海尔智慧家庭“最强大脑”。

格力第九季“红四月”重磅来袭 寻找21191位老用户, 山东格力十年承诺提前兑

2月28日,山东格力在全省媒体及社会各界人士的共同见证下,在鲁南小城沂南揭开了第九季格力红四月的序幕。这场一年一度的营销盛宴将成为社会各界和亿万消费者共同关注的焦点,而这届被誉为史上最红的红四月也必将对整个家电行业乃至商界带来颠覆性的变革。

今年的格力红四月包含三层含义。2010年9月,山东格力推出了一项震惊行业的营销承诺:十年大免单——即在当年活动期间购买格力指定机型的用户,十年到期后格力将免费更换等价值新机一台!今年的红四月,格力的首要任务便是找到这段十年之约的见证人——21191位用户,并告知他们八年前的承诺提前可以兑现了:即符合条件的消费者可提前两年,按照当年购机价格的2折兑换同等价值新机;亦可以满十年后免费更换新机。换句话说,承诺的内容没有变化,只是格力把承诺的期限缩短了。

山东省家电协会曹海奎会长表示,免费换新机看似是一件很简单的事,但其核心却是对企业诚信和品牌良心的考验,格力这次不仅兑现了承诺,而且大范围的广而告之,主动寻找当时的老用户,体现了一个大品牌的魄力和担当,更是为行业竖起了一面诚信的大旗,这对整个社会的商业环境的正向引导绝对是一剂强心剂。

大免单提前兑现,对以诚信和厚道为核心的红四月是一种巨大的助力。今年的红四月,山东格力在冰洗行业首创一项重量级的举措:冰洗产品七年免费换新机,即在红四月期间购买晶弘冰箱、格力洗衣机的消费者,凭服务金卡在七年后免费更换等价值新机。这种看

似“自杀式”的承诺其实正体现了格力对产品品质的自信,也看到了山东格力由传统的家电产品供应者向全套家电服务者的升级转型,而这一举措也将在家电领域掀起新一轮以品质为核心的竞赛,从一定程度上推动行业的良性发展,让消费者受益。

除了针对产品的革命性措施,今年红四月,格力在服务上也进行了全面升级:全产品一年包换,其中格力旗下晶弘冰箱两年包换!这一举措将囊括空调、冰箱、洗衣机、生活电器、空气能热水器等全品类,在整个家电行业树下难以逾越的标杆。一年包换,其核心便是对品质的自信。据了解,2017年格力红四月共发生四起换机案例,相对于近70万套的销售量几乎可以忽略不计,而且最终山东格力也履行了承诺。

格力红四月走过九年,不仅为山东的消费者带来科技之美,更为社会的可持续发展贡献着自己的力量。今年的格力红四月,山东格力宣布全面停售定频机,并分阶段逐步淘汰高能耗产品。众所周知,同匹数的空调,定频机耗电量较大,但价格比变频机便宜的多,这无异于将低端市场拱手让与其他品牌。但山东格力负责人表示,产品在不断升级换代,消费者的消费习惯也在不断改变,在全社会提倡低碳生活的大势下,山东格力有责任站出来,倡导“绿色红四月”,推广更加健康、更加绿色的生活品质,从长远看,定频空调的淘汰只是时间问题。

今年的格力红四月可谓爆点十足,每一项举措都具有划时代的意义,而且都切实关系到消费者的利益,正如行业内对格力红四月的评价那样——真正难以超越的营销盛宴。