

新闻线索一经采用 奖励 50—500元



欢迎提供新闻线索

96706 (全省市话收费) 0546—8065000

24小时移动热线: 18805461110 《齐鲁晚报·今日黄三角》读者QQ群号: 91149364

大雨过后,居民地下室被淹

居委会及物业表示:他们难解决,最好是业主自己想办法

本报8月9日热线消息(记者 嵇磊 见习记者 张樱子) 近日,家住清风小区的居民向本报反映,上周末,一场大雨过后,楼下的地下室被雨水淹了,不能正常使用。自行车只能放在邻居的院子里,地下室都不敢放东西,给附近居民正常生活带来不便,希望相关单位能够给予解决。记者就该事询问清风小区的居委会和物业公司,均表示清风小区属于老旧小区,很多栋楼都存在或大或小的漏水问题,很难解决。

一到下雨天就积水 地下室基本不用

8日上午9时30分左右,记者来到清风小区9号楼一楼,看到通往地下室的走廊已经被水淹没,水深有五六厘米左右。为了进出地下室走廊,该楼的居民在积水中放置了几块砖头,但积水已经淹没了砖头。住在9号楼的一位住户介绍,地下室的积水是在上周末大雨过后留下的,“现在自行车之类的物品只能搬到楼上来,挺麻烦的。”

住在附近的一位居民表示,上周五没在家,当周

六回到家时,才发现地下室被水淹了,“一到下雨天地下室就潮湿泛水,上周的暴雨带来的影响最严重。这次积水很深,自行车也只能放在邻居的院子里,很影响正常的生活。”

“往年的时候,下大雨后也出现过地下室被淹的情况。平时地下室也比较潮湿。楼长时间泡在水里,也没有人修理一下,这样下去恐怕会影响了楼房的质量。”这位居民表示,希望有关单位能够给予解决。



地下室内的积水已漫过砖头,大约五六厘米深。 本报见习记者 张樱子 摄

居委会及物业表示难解决

“这件事情我们也难以解决,只能向领导反映一下情况。”清风小区居委会工作人员告诉记者,清风小区属于老小区,除了9号楼外,很多栋楼都存在这种情况。想要及时快速解决的话,业主们自

己先对地下室的管道进行检查,看是否管道破损导致的。还有可能是地下室排污水管堵塞,如果是这样的话最好整栋楼的业主自己集资找人疏通一下。“这种事情我们居委会只能是先记下来,向

领导反映,或者和物业说一下,看物业能否帮助解决。”

8日下午4时许,记者电话联系了清风小区物业公司的负责人,该负责人和居委会的回应如出一辙,“很难解决,只能

向领导反映情况。”当记者问可否提供领导的电话号码时,该负责人直截了当地说:“你直接找领导也难解决。”物业同样表示,该小区一到下雨天各个楼都存在或大或小的积水问题。

街上落下空调雨 过路市民频频中招

本报8月9日热线消息(记者 嵇磊 实习生 张媛媛) 炎炎夏日,空调成为降温的主力军,但一些装在街头高楼层的空调让不少市民有些心烦。由于高楼层空调不停地滴水,过往的行人一不小心就会被水滴中,不少市民抱怨不已。

9日上午,记者在济南路与西三路交叉路口附近的路段看到,每隔十多米的距离,商户门前有一片湿漉漉的水渍,不时有水滴从高处落下,过往的行人要小心翼翼地绕过水渍而行。记者抬头一看,发现不少水滴是从安装在三、四楼外墙上的多台空调外机滴下来的,有的水滴则顺着楼房的排水口流下。

附近的一家商户工作人员告诉记者,空调滴水都是从楼上的商户落下的,积水多的时候能在门前形成一大片水渍,有的时候快流到了马路上,“过往的行人

都要绕行,有的时候顾客进店商铺时也要绕道,挺不方便的。”记者在现场发现,不少行人不经意就会“中招”,一名打电话的男市民,没有注意到高空落下的水滴,滴到了身上。

对于滴落的空调水滴不少市民也有些怨言。“出来逛街,本来心情挺好,空调落下的水滴滴在身上,心情就会大打折扣。”逛街的王先生表示,这样既给路人带来了不便,也影响城市的整体形象。希望空调的所有者能够多注意。市民刘女士表示,有的商户,住户安装了多台空调,外机往往挂在外墙,经常有空调排水在路面上,也影响附近居民的出行。

“可以给空调接一个长点的排水管,固定在墙上防止把滴水落在地面上。”从事空调维修的王师傅表示,把排水管搭到屋里,用桶接着,还可以用来冲厕所,或者在排水口处放一块海绵。



过往行人要绕过积水。 本报记者 嵇磊 摄

海马汽车“夏馈行动”擎动车市困境

在品牌诞生十周年之际,海马福美来为感谢广大消费者的支持,特推出以“豪门盛宴,夏馈行动”为主题的大型营销活动,令福美来在近期车市整体消极的背景下显得格外出众。惠民政策的超值优惠、尊贵体贴的售后服务、奖品丰富的幸运抽奖等超值好礼纷至沓来,福美来有望成为擎动低迷市场的最有力杠杆。

率先行动 信心撬动市场

2012年上半年,连续上升的中国汽车市场整体表现低迷,自主品牌下滑更是明显。据中国汽车工业协会统计,上半年自主品牌乘用车产销同比下降0.2%,同期乘用车总体呈现正增长。自主品牌乘用车销售占乘用车总量的41.4%,占有率同比下降3个百分点,且呈现明显的逐月下降趋势。

七八月份是汽车行业传统的淡季,加上今年上半年自主品牌乘用车市场下滑态势尤其明显,导致行业整

体信心受挫。然而福美来却在此时启动全国主题性品牌营销活动,足以显示出其对其市场的信心。福美来的信心除了来自其在自主品牌中十年品牌历史和180万忠实用户群体以外,更多还是来自逆势增长的销售数据。海马新福美来4月11日上市,5月份销量达到6331辆,环比增长10%;6月份销量达到7458辆,环比增长17.80%。

海马福美来品牌经过十年的发展,形成了自己独特的品牌文化和用户口碑。海马汽车率先在全国范围内开展大规模营销活动,足以显示出福美来独有的品牌优势和产品特性。

把握时机 多管齐下树品牌

祸兮福所倚,困局中亦存在机遇。7月10日,第八批“节能产品惠民工程”节能汽车推广目录公布,海马有包括新福美来和新福美来VS在内的五款车型同时入选。7月18日,海马福美来诞生十周年。外部的利好政策与



品牌自身合二为一,为福美来提供了一个难能可贵的营销契机。

对此,福美来显然有备而来,针对新老用户需求,夏馈行动在产品、服务、价格等多方面,全方位回馈消费者。多管齐下的措施,令夏馈行动不单单是一场促销,而是很好的延续了海马的立体营销理念,老车主进一步体会到了福美来的品牌魅力,新车主也得到了更大的实惠,福美来品太的独特魅力体现的淋漓尽致。

作为自主品牌企业中较早拥有品牌意识的企业,福美来始终如一宣传品牌精神,品牌优势,取得了良好的品牌感召力。福美来的品牌溢

价能力在自主品牌中独树一帜。可以说,厚积薄发的品牌力量,将在很大程度上助力福美来在逆境中保持上扬态势,持续提升品牌产品地位与市场竞争力。

立体营销 海马注重品牌建设

值得关注的是,此前福美来开展的主题活动均获得了良好的市场反响。在“春享行动”“新福美来百城幸福欢go汇”等活动的助推下,新福美来一直保持着可观的增长态势,成为车市中为数不多的逆势热销、连续增长的汽车品牌之一。尤其是“欢go汇”活动在全国销量达2713辆,济宁、烟台站更是创下日销量900辆的佳绩。

福美来,作为“中级家轿”的代表车型,自品牌诞生之日就代表着家用轿车的发展方向,给全国80万用户带去幸福的有车生活。连续8年参与中国最高规模的场地赛——CTCC中国房车锦标赛,并在2011力

克合资品牌年取得厂商杯总冠军,开创自主品牌的先河。

多方位、立体式营销方式促使福美来实现终端销售的良好态势。摒弃短期性、急功近利的特价促销,通过深耕立体营销,让消费者将企业、品牌和产品的影响联系起来,培养与消费者的深厚情感,赢得市场销量,推动营销活动的顺利展开。进一步来讲,出众的市场销量,又为企业增添活力和信心,同时也可以点亮行业希望,等待自主品牌市场春天的来临。

淡市是强势品牌和弱势品牌见分晓的时候,纵观企业发展史,许多成功的品牌往往都是在行业不景气时开始崛起的。在大部分企业缩减营销费用的时候,持续进行品牌投资的企业,其成长将大大高出其他竞争对手。由此看来,海马汽车此次借势十周年,以强品牌促销量的战略擎动车市困局更加成为一种必然。

齐鲁晚报 今日黄三角 全心全意为东营人民服务

齐鲁晚报 知天下

新闻热线: 8065000 广告热线: 8327067 订报热线: 8203666