

金达驾校
报名热线: 8087777

直击

现场

24小时
新闻热线

2110110
最高线索奖1000元



急救车内无病人 闯红灯致连环车祸

四车连环撞,所幸未造成人员伤亡

本报济宁12月27日讯(见习记者 王洪磊) 27日下午1点半左右,在济宁市高新区诗仙路和同济路十字路口发生一起车祸,一辆未载病人的急救车因闯红灯被一辆正常行驶的重型卡车撞倒,进而又撞倒正在等待绿灯的三辆汽车,所幸未造成人员伤亡。

27日下午2点,天空中还飘着小雪,记者赶到事发现场,从远处就能闻到刺鼻的汽油味,在诗仙路北侧车道上有一辆邹城市急救中心的救护车,一辆黑色红旗牌轿车、一辆皮货车和一辆长城越野车,地上散落着大量破碎的汽车零部件。四辆车均不同程度损坏,红旗轿车车头左侧受损严重,车灯、后视镜和保险杠都已经脱落,左前轮胎已经爆胎,皮卡车和越野车也受损严重,车头都被撞烂,皮卡车的车牌也被撞得飞到了远处。

记者到场时,救护车的车头

已经面目全非,油箱发生泄漏,汽油正在滴答滴答地往下漏,两侧的车灯被撞得粉碎,车牌已经不知去向。救护车右侧被撞瘪,车厢门已经嵌进车内,右后轮胎爆胎。记者注意到,同济路上停靠着一辆红色的重型卡车,卡车的车头前盖已经突起,受损严重。

“当时救护车没有闪警灯,而且红灯还有十六七秒的时间,是救护车闯了红灯才造成的这次意外。”红色重型卡车的司机孟先生说,当日下午1点半左右,他正自南向北正常行驶,突然一辆救护车自西向东闯了过来,他连忙急刹车右转,车头还是重重地撞到了救护车的右侧。

“救护车被撞倒之后就失控了,一眨眼的功夫就朝着我们这边冲了过来。当时我正在左转弯道上等红灯,强大的冲击力将我的车撞得后退了六七米,紧接着又撞到了旁边皮卡车和越野车。”红旗轿车的

车主李先生说,救护车被撞前曾突然拉响警报,但是为时已晚,车祸发生后,大家都安然无恙地走出车门,并没有人员伤亡。

李先生说,车祸前救护车没有闪警灯,也没有拉警报就闯红灯,车祸发生后,救护车里走出三个穿着急救中心制服的工作人员,当时并没有病号在救护车里。在路北侧的安全岛上,记者看到了三个穿着急救中心制服的工作人员,三名年轻的工作人员面带愁容。“当时车开到斑马线的时候看到红绿灯还有几秒钟,就开了过去,再加上路面上有些湿滑,没想到出了意外。”救护车的司机说,车内确实没有病号,之前他们从邹城市太平镇送一位断指的病人到济宁进行救治,回程途中又接到另一项紧急任务,是为了赶时间才造成了这次事故。

目前,事故原因还在进一步的调查当中。

▲救护车受损严重。

▶撞倒救护车的重型卡车。
王洪磊 摄



海尔荣耀 28 年 节能领袖 带爱回家

—— 欧睿国际：海尔大型家电全球品牌销量实现“四连冠”

本报讯 2012年12月21日,世界权威市场调查机构欧睿国际(Euromonitor)发布最新的全球家电市场调查结果:海尔大型家用电器2012年品牌零售量占全球市场的8.6%,第四次蝉联全球第一。

另据报告显示,按品牌零售量统计,海尔冰箱、洗衣机、酒柜、冷柜四类产品的全球市场占有率继续蝉联第一。其中,海尔冰箱2012年品牌零售量占全球市场的14.8%,第五次蝉联全球第一;按制造商排名,海尔冰箱2012年制造商零售量占全球市场的16.6%,第四次蝉联全球第一。

此外,海尔洗衣机、冷柜、酒柜均蝉联全球第一。按品牌零售量统计,海尔洗衣机2012年品牌零售量占全球市场的11.8%,第四次蝉联全球第一;按制造商排名,海尔洗衣机12.2%的市场份额首次超越惠而浦跃居第一。海尔酒柜制造商及品牌零售量占全球市场的15.3%,第三次登顶全球第一。海尔冷柜2012年品牌零售量占全球市场的18.6%,第二次跃居全球第一;按制造商排名,海尔冷柜2012年制造商零售量占全球市场的18.8%,再次蝉联全球第一。

至此,海尔同时拥有“全球大型家用电器第一品牌、全球冰箱第一品牌与第一制造商、全球洗衣机第一品牌与第一制造商、全球酒柜第一品牌与第一制造商、全球冷柜第一品牌与第一制造商”共9项殊荣。

欧睿国际作为全球权威调查机构已有40年的历史,覆盖全球200多个国家和地区,并能对全球85%的人口进行深入调查,能够真实呈现全球家电行业的市场与品牌现状。

从欧睿国际发布的全球报告看,受金融危机和欧债危机持续蔓延的影响,全球家电需求持续萎缩。从全球排名前十的白电品牌看,平均份额出现下滑。而中国家电品牌海尔却凭借差异化解决方案赢得了全球消费者的认可,全球市场份额持续增加。据欧睿国际统计数据显示,2012年海尔大型家电同比提升10%,不仅蝉联全球第一,也是全球前十名品牌中唯一实现两位数增幅的品牌。同时,在排名前五的主流品牌中,海尔的同比增幅是第二名的两倍。

海尔实现逆势增长的原因是踏准了互联网时代的节拍。在互联网时代,海尔为了追上用户点击鼠标的速度,开始探索人单合一双赢的商业模式,通过打造扁平的网状组织,提高了海尔响应用户需求的速度和能力。在管理领域的创新带给海尔最大的变化是开放,海尔从服务型企业向平台型企业转型,海尔希望打造一个平台,让用户需求和能够满足需求的全球专业资源在这个平台上实现对接,创造用户价值。

正是在这样的平台上,海尔通过持续创造并满足着全球用户的需求,实现了品牌销量“四连冠”的美誉。满足用户需求的载体是产品。今年在市场上表现出色的不仅有行业最安静、洗衣最干净的海尔“水晶”洗衣机,还有消除用户除霜烦恼的无霜三门冰箱,以及被国际一流品牌克隆的法式对开门冰箱等领先产品,这些产品都是海尔做平台型企业的结晶。

为了在平台上快速完成用户需求与全球专业资源的对接,海尔在中国、亚洲、欧洲、美洲、澳洲成立了全球五大研发中心,这些研发中心成为整合全球专业资源的平台。所有整合来的专业资源都直面全球用户,并以领先的产品为载体持续创造着用户认可与选择,从而赢得了全球用户最大的认可,实现了“四连冠”。

Haier
一个世界一个家

贺全球白电第一品牌海尔荣登领袖榜首
2011年中国高效节能产品企业

海尔 整套家电
节能领袖 带爱回家

一级节能

全球灵感 乐享生活

SMARTER LIFE BETTER PLANET

全球品牌销量蝉联第一*1
海尔白电、冰箱、洗衣机、冷柜全球销量蝉联第一*1
*1: 海尔彩电中国用户满意度第一*2
*2: 海尔空调2011年冷年度无氟变频销量第一*3

全球品牌销量蝉联第一*1
*1: 海尔彩电中国用户满意度第一*2
*2: 海尔空调2011年冷年度无氟变频销量第一*3

重庆海尔家电销售有限公司济宁分公司

服务热线: 4006 999 999

网址: www.haier.com

注: *1: 引自消费市场研究机构Euromonitor(欧睿国际)2011年统计数据 *2: 引自2011年中国标准化研究院与清华大学发布的《中国用户满意度手册》 *3: 引自2011年国家信息中心信息资源开发部统计数据

贺海尔大型家电第四次蝉联全球第一 即日起至2013年1月3日各大商场盛大上演