

齐鲁晚报 2012.12.31 星期一

编辑:曾现金 组版:张颖 校对:王秀华



欢迎提供 新闻线索

联通2G用户无需换卡换号 10元开启3G极速之旅 详询10010

24 小时
新闻热线 0537-2110110

一经采用 给予奖励

城区一自来水管道破裂漏水

经及时抢修,昨日下午已恢复供水

本报济宁12月30日
讯(见习记者 张林)

29日,金宇路与共青团路交叉口西北角,一个供水井盖上有两处冒水,旁边有一处向外冒水,冒出的水柱高约4厘米。井盖附近约2米处路面上,还有清水正不断向外渗出,几位维修人员正在查找漏水原因。

29日下午4点30分,金宇路与共青团路交叉口西北角,一个供水井盖上有两处冒水,旁边有一处向外冒水,冒出的水柱高约4厘米。井盖附近约2米处路面上,还有清水正不断向外渗出,几位维修人员正在查找漏水原因。

“下午2点,我发现路面上有水,但没太在意,以为附近有人用水流出来的。”市民王先生告诉记者,当时积水不算太多。两小时后,他再次路过时发现路面依然漏水,且积水变多。

“这个十字路口过往的车辆很多,晚上还有不少大车经过,可能是把管道碾压坏了。”市民赵先生略有担心地说,现在天气冷,路面一旦结冰容易

出现事故。

“接到市民的反映,我们就赶来了。”济宁中山水务有限公司的一位维修工人正拿着一根阀门钥匙,在井坑中找阀门,他告诉记者,井下是一根直径600毫米的主给水管道。找到漏点以后,才能确定漏水原因。

30日上午9点,记者在抢修现场看到,管道不再漏水了。“我们已关闭了几个总阀门,正在用挖掘机清理管道周围的泥石。”济宁中山水务有限公司的一位工作人员介绍,管道漏水维修对附近的供水造成了一定的影响。初步判断为管道自然爆裂,具体原因还需进一步鉴定。另一位维修人员介绍,路面下陷挤压可能是造成管道爆裂的原因之一。

据了解,30日下午2点,管道漏水区域已恢复正常供水。

(奖励线索提供人王先生 50元)



维修工人正在关闭阀门。本报见习记者 张林 摄



1.市民赵女士:因丈夫病手术,家中已经无力支付医药费,想问如何申请医疗救助?

济宁市民政局:申请人通过户籍所在地居委会向街道办事处提出书面申请,并提供居民户口簿、身份证、家庭经济状况、患病情况、当年单据等证件和证明材料。街道办事处对申请人进行调查核实,如符合救助条件可报县级民政部门审批,县级民政部门对有关材料进行复查核实。符合救助条件的,及时签署同意批准的意见,按照政策规定发放医疗救助资金。

2.市民李先生:经济适用房和廉租房有什么区别?

济宁市房管局:廉租房的保障标准较经济房更低,申请对象是有老弱病残的低保家庭,政府以租金补贴或实物配租的方式,向符合条件的家庭提供社会保障形式的住房。

值班记者 姬生辉

增长率第一,江淮和悦月销连续过万

济宁金瑞达江淮4S店元旦钜惠活动火爆开始了……



“万辆俱乐部”一直是合资品牌占据的领地,然而,在今年车市进入微增长,各大合资车企风光不再的大环境下,江淮乘用车在年底成功“逆袭”,连续9个月实现销量增长,而江淮和悦更是在刚刚过去的11月份,以月销量11679辆的成绩,大步跳进“万辆俱乐部”,为和悦冲刺年终销量再下一城。

记者最新了解到的数据

显示,江淮乘用车11月国内销售20937辆,环比增长17.1%,同比增长61.7%。其中新车销售15929辆,环比增长29%,同比增长97%;和悦销售11679辆,实现了“月销过万”。这也已是江淮乘用车自9月以来连续第三个月销量破万。

通知市场脉搏,密切关注消费需求动态,注重技术创新和新产品开发,是自主品牌提升和发展的关键。和

悦Sports系列凭借在外形、内饰、动力、安全、配置等多方面的全面提升,以传承经典血脉的全新运动形象及运动本色,掀起家轿领域新的“运动”风潮,赢得了消费者的认可和喜爱,也直接促成了和悦销量的不断攀升。

除了和悦本身过硬的产品力,在竞争激烈的市场环境下,汽车市场营销的作用日益举足轻重。中国汽车

市场的营销活动已由量易出角色,参与多元化、营销形式多元化等趋势,优秀的营销手段成为自主品牌抢占市场份额的必要能力。在这个意义上,江淮乘用车在全国各地持续火爆上演的和悦飞行秀活动的成功,正为业界提供了值得借鉴的实战经验。

通过“深入大众,连享体验”的营销手段,和悦品牌让消费者真正“看得得到、摸得着、体验得到”。

凭借丰富的人性化配置和较高的质价比,和悦Sports系列更是成为活动的焦点,让广大消费者在精耕细作的飞车表演中直观感受和悦的品牌实力。

此外,向来被品牌建设为重中之重的江淮乘用车,更在广州车展发布了“瑞风+和悦”双品牌战略。这既是江淮汽车根据中国汽车市场发展趋势并结合乘用车发展实际,为应对未来市场竞争而作出的一项重大战略决策。

也是江淮“大家用车战略”的深化与升级。“瑞风+和悦”双品牌战略改变了以车型品类划分品牌的传统模式,回归消费者痛点,重新构建以客户为导向的模式,标志着江淮乘用车由产品至上的“1.0时代”正式进入品牌至上的“2.0时代”,实现了从产品营销向品牌营销的转

变。在全新“双品牌”战略下,江淮轿车今年的体系力变化成果显著。正是以营销为导向、以客户为中心的经营理念,使和悦能够逆势增长,月销过万,而江淮轿车也因此一举跻身自主品牌阵营增长率的前列。

从“金九银十”到年底“收官之战”,市场的微增长没有挡住江淮前进的脚步。江淮和悦节节攀升的销量,既体现了在中国汽车消费观念日新月异的大环境下,消费者对自主品牌车型品质不断提升、产品接受度完善等转变的肯定,更证明了江淮品牌战略调整的积极意义和市场营销活动的成功。2012年江淮轿车所取得的累累硕果,不仅有利于其品牌营销优势的放大和品质的认可加强,也为其他自主品牌车企征战车市树立了榜样和信心。相信随着自身产品力与品质的不断提升,和悦在2013年势将成为国内车市的主力军,实现更高的跨越。

济宁市金瑞达汽车销售有限公司

和悦热线:0537-377000
24小时服务热线:0537-371022

网址:www.jdam.cn
地址:济宁市高新区黄屯镇孙氏庄村南所对过