

大二女生患白血病,渴望回到熟悉校园

想和同学们拍张毕业合影

本报记者 李倩 见习记者 齐兴

21岁的王惠敏是山东青年政治学院一名大二学生,今年1月份确诊患上白血病。面对病痛折磨和巨额的治疗费用,这名坚强的女孩选择了坦然面对,病床上的她渴望一天天好起来。“我希望回到熟悉的大学校园,和同学们拍一张珍贵的毕业合影。”王惠敏说,这是她最大的愿望。



王惠敏的同学从济南来看她,惠敏戴上假发以微笑安慰她。 本报记者 张晓科 摄

2 自体骨髓移植还缺15万元

起初,惠敏的父母一直隐瞒着病情。“看着每天3000多元的费用单,妈妈看到我都会落泪,我曾猜测了无数种病。直到第一次化疗需要我签字,我才看到上面标注的病情。‘白血病’三个字,如同晴天霹雳一样降到我面前。”王惠敏说。

“入院化疗一个月,已经花掉家里凑来的10多万块钱,我本来快能孝敬父母了,现在却成了家里的累赘。”王惠敏哭着说,父母背着让我17岁的弟弟做了配型,可是不成功。王惠敏出生在嘉祥县的一个农村家庭,47岁的父亲王汉臣多年来靠干建筑活,维持全家人的生活。“去年在潍坊的一个工地,不小心在脚手架上摔下来,摔断了6根肋骨,我也舍不得做手术。”王汉臣说,其实他很想能回去照顾女儿,但是一想到孩子一天七八千的医药费,再加上借了近20万的钱,他依然在潍坊的一工地打工。

“从住院到现在一共花了近12万,现在还有两个次化疗没有做,再加上做自体移植手术的费用,家里早就负担不起了,把亲戚都借遍了。”妈妈丁文凤红着眼睛说着家里的境遇。

“她的病最好是做异基因移植,因为她弟弟配型不成功,现在只能在中华骨髓库里找配型,至少需要50万,她的家庭太困难承担不起。只能接受自体骨髓移植,需要准备15万,但是这种治疗复发率高。”济医附院血液科主任张颢说。

3 特别想念亲爱的同学

“距离校还有两个月,我们不希望毕业照上缺少任何一个人……”16日,一名为“Anber是太阳”的网友在新浪微博上发文称,自己的大学同学突患白血病,家庭贫困,无力承担高昂的治疗费用,班里的30多名同学希望她能够尽快康复,回到熟悉的校园。短短两天内,该微博引发了400多条的转发量。

“我特别想回到熟悉的校园和同学们一起毕业,拍毕业照,再去上节课,接下来的大三就是外出实习了,其实我们在校时间就剩下2个月的时间。”王惠敏小声说着自己的愿望,近两天看到大学同学发的微博,她深深感觉到有这么多人关心自己,也为她与病魔抗争增加了很大的动力。

“这是惠敏的第4次化疗,出现化疗后肺感染并发症,但做完治疗康复休整两个星期,她是可以和正常人一样活动的,坐车去学校也不会有太大问题。”血液科主任张颢鼓励说,不用担心,只要提前2周告诉我们出行计划,我们会合理安排治疗。

得知她想要和同学们一起拍毕业照的想法,医院愿意帮她实现这个愿望,医院急救中心主任李治红表示,会尽量提供方便,安排医生和车辆安全护送惠敏去学校拍毕业照。

得知她想要和同学们一起拍毕业照的想法,医院愿意帮她实现这个愿望,医院急救中心主任李治红表示,会尽量提供方便,安排医生和车辆安全护送惠敏去学校拍毕业照。

1 大二女生突然患上白血病

18日上午10点,记者来到了济医附院血液科病房区。在走廊的众多床位中,记者找到了王惠敏,俊秀的五官,1米7的个子,要不是看到她掉光的头发,记者很难把她跟白血病联系起来。

一个花季少女身患重症的现实。

“我身体一直很好,以前很少来医院,谁能想到,一生病就是这么大的病。”惠敏摇摇头无奈地说。

王惠敏是山东青年政治学院国际商务物流专业一名大学生,在学校一直很优秀的她,不仅成绩名列前茅获得奖学金,还担任班级团支书,积极组织

同学参加公益活动。

去年寒假前,王惠敏忙着备战期末考试,作为团支书的她,同时也忙着班级的活动。那几天,她恰逢高烧,输了几瓶液也没有在意。“放假回到家,因为脸色惨白,妈妈带我去医院检查,从此我再也没有走出医院,除夕也是在医院度过的。”王惠敏平淡地说着自己的病情。

美乐乐以互联网思维3年实现2亿到20亿的颠覆式成长

百度推广具有超强的“穿透性”,无论企业从事哪个行业,都能通过百度推广获得客户,尤其在互联网思维为中小企业打开机遇之门的今天,只有像百度一样拥有海量数据的大平台才能提供真正全面的营销解决方案,在无数案例面前,百度推广无疑是互联网思维的最佳实践!

——世界营销大师、现代营销学创始人之一 米尔顿·科特勒

日前,有媒体消息称家具市场遭遇寒潮。由于传统家具卖场运营成本不断抬高,用户进卖场购买的意愿在降低,整个产业链都处于恶性循环中,互联网所带来的冲击让这种状况更雪上加霜。这种环境下,传统家居产业如何突围?

美乐乐,一家典型使用互联网思维迅速成长起来的家具企业,凭借独特的O2O、大数据挖掘和百度推广营销平台,更是做出了月销售额1.5亿、年销售额超20亿元的惊人业绩。美乐乐如此“颠覆式”的跨越式成长靠的是什么?或许是百度CEO李彦宏在2010年对互联网思维的预言得到了验证,“无论哪个产业,用互联网思维‘重新审视’,就会发现非常多的机会和空间。从这个意义上讲,每一个产业都处于变革的‘风口’。”

互联网思维: 颠覆传统家具业的新玩法

美乐乐CEO高扬,一个具有互联网思维“海归”,以颠覆式的玩法重新定义了家居电商行业。他认为,互联网的兴趣大大缩短了与潜在客户之间的距离,也赋予了市场一个更具活力和挖掘潜力的新兴消费群体。搜索推广

带动了传统家具品牌找到潜在客户,并通过大数据的能力发现和汇聚需求,并能实现订单的规模化生产、供应。“百度推广是一个生意的入口,用互联网思维帮企业找到了客户,美乐乐家具只不过将互联网营销的方式落地,是一次成功的实践。”

近一两年来,互联网思维风潮云涌,但互联网思维究竟如何定义,又如何应用到不同行业、不同企业的日常经营中去,这是一个待解的难题。高扬坦言,家具行业有点“畸形”,一是它是个暴利行业,从工厂到最终消费者手中,好几倍的加价;二是租金、人工、物流成本不断上升,家具企业几乎所有人都不赚钱,工厂和产品每亏损或微利;三是传统的生产方式导致每年上亿一代消费者个性化的步伐。

如何突破?美乐乐的玩法很简单,用互联网思维的营销方式,将消费者与工厂对接,缩短中间的营销环节。一般来说,家具是大件,消费频次并不高,过去广撒网、等购买者上门的高额推广成本最高,所以美乐乐放弃了传统推广方式,用10%的成本在百度平台做搜索推广,借助大数据挖掘,不断改善营销方式,结果发现获取精准用户的成本大

幅降低,投入产出比是1:40,甚至低于在家具铺的硬成本,还可以“攒”一批订单,去定制化生产。这一模式上搬到线后,美乐乐迅速转型,并进入了高速增长通道。

百度推广: 互联网思维的最佳实践

业内专家认为,“互联网思维的根本就是从用户需求出发,用户的烦恼和困惑就是商机,是有创新和改变的地方”。比如一件普通的家具,从木材加工到消费者手中,过程可以用“山路十八弯”来形容,互联网节省了渠道成本,反馈给了消费者。除了价格降低外,美乐乐O2O的搜索位解决了消费者购物体验的需求。他还认为,相比其他零售行业来说,家具这样的大件商品是最先受到互联网冲击的领域之一,但是行业寒冬,逼迫互联网的态势已不可避免。

通过嫁接互联网思维,选择百度推广平台实现创新突围的企业,美乐乐并不是唯一一家。在百度推广平台上的60万家中小企业,都在分享着互联网思维的营销“红利”。传统企业不妨尝试一下,实际上并不难。第一步就是要找到用户,你的用户是谁,在哪里,怎么找到,这是首先要具备的用户思维,与用户直接对接起来,来决策企业的产品和营销决策。百度覆盖了96%的中国互联网,提供了PC+移动的入口,能帮任何一家企业找到潜在客户。美乐乐CEO高扬坦言“每天从百度推广过来的意向客户人数在40万左右,客户转化率达到了90%。”

其次要选择大平台,有金线的产品链,还要有大数据的营销能力。美乐乐靠的就是这一点,用百度搜索大数据来发现客户购买需求,迅速反馈到工厂生

产、库存、供应链环节,快速响应满足需求,将接单数达到几千上万的订单量。没有大数据的洞察和决策指引,商机抓不住,产品库存挤占资金流,销售额的最大化也就成了幻影。

在运用互联网思维创新营销模式上,美乐乐家具已经进入了“深水区”,不再是初级选手。高扬认为,百度推广覆盖用户的入口效应非常强,由这个“口”进入后,是一片尚未开垦的处女地,

有太多的模式可以探索和尝试。

5月29日,“互联网思维下的营销变革—2014百度营销中国行”将在济南隆重举行。互联网思维对于传统行业还是一个崭新的概念,如何从搜索引擎入手营销、运用互联网思维,使之成为真正驱动企业转型发展的成长动力,这里还是有方法可循的。此次,百度营销中国行也将为大家揭开拥抱互联网思维的重要法门。

每天,有1780万人在百度搜索

三年10倍飞跃,成就电商行业领军传奇

百度推广客户,美乐乐家居网CEO高扬

每天,在百度都有60亿次的搜索来自各行各业

加入百度推广,让有需求的客户找到你

即刻加入,即可获得精美好礼!