

## 喷泉损耗大、使用费用高

# 莱芜市区仅两处喷泉正常使用

文/片 本报记者 陈静

十多年前,喷泉开始出现在我们的视野里,成为广场、小区的亮丽风景线,它也成了许多人童年的美好回忆。现在,莱芜的喷泉咋样了?记者从园林部门了解到,目前莱芜市区红石公园、西海公园的喷泉在周六、周日或是重大节日时正常开放,由于喷泉的电损耗大,使用费用高,开放时间有规定。有些小区里的喷泉因为费用等各方面的问题停止使用。

### 莱芜市区只有两处 喷泉正常使用

夏季周末,三三两两的家人、朋友到公园看喷泉乘凉是件很惬意的事情。记者从园林部门了解到,莱芜市区里的公园、广场上的4处喷泉,目前只有2处正常使用,其中原莱芜市文化广场上的喷泉已经拆除,青草河公园因为水质等多种原因停用。

莱芜市区的红石公园、西海公园的喷泉都在正常使用,喷泉开放的时候集中在夏季,一般在周六、周日或是重大节假日时使用,使用的时间也是有规定的。西海公园的喷泉建于2005年,西海公园管理处的马所长说,喷泉是由上百个电机组成,用电损耗特别大,喷一次的费用在千元左右。“以前市政府对面的莱芜市文化广场上的音乐喷泉是2002年建的,一直使用到去年广场拆除。”红石公园管理处郭处长向记者介绍,青草河公园的喷泉因为水质等各种原因也暂停使用。

### 小区音乐喷泉 停喷数十年

多年以前,小区里的音乐喷泉也大受居民欢迎。在2000年左右,若是小区里有音乐喷泉是件很“洋气”、值得小区居民骄傲的事情。随着小区的老化,音乐喷泉音乐资金、线路维修等一系列原因喷泉逐渐淡出居民视线。

莲河小区的音乐喷泉大约建于2000年左右,是当时莱芜最早的大型音乐喷泉之一。11日上午,记者从莲河小区的广场上看到,与地齐平的喷泉口旁边都已经长



莲河小区闲置的喷泉

出了杂草,地下水池中也会有很多垃圾。记者从清馨园物业管理处了解到,小区的音乐喷泉已经停用,物业管理处的工作人员更换了多批,停喷的时间也没有具体的统计。

记者通过采访莲河小区的居民了解,莲河小区的音乐喷泉大约是在2004年左右停喷的,喷泉初建时,不仅小区里的居民来玩,就连小区附近的市民都慕名而来。喷泉中心的水柱能喷到十多米,喷泉随着音乐上下浮动,还有绚丽的灯光,景象一片气派。

“音乐喷泉是当时开发商建的,我记得只喷了几年。”清馨园物业管理处的负责人告诉记者,虽然音乐喷泉停用,但是喷泉口的维修还是正常进行,“喷泉旁边的不锈钢板坏了,我找人换上的铁皮板,晚上这么多小孩在广场上玩,不小心就容易采空。”

随后,记者又走访了福莱佳园,该小区南门的喷泉属于小型喷泉,喷泉建成已经十年,每年的“五一”到“十一”期间使用,节假日时喷泉开放的时候会长一些。记者从福莱佳园小区物业了解到,小区南门的喷泉分早中晚三个时段开放。谭姓工作人员介绍,喷泉的维修、使用是一笔不小的费用,据他所知福莱佳园附近一小区的音乐喷泉已经关闭多年。

### “音乐喷泉童年 时的美好回忆”

采访中莲河小区的石女士告诉记者,音乐喷泉修建时她正上小学,“我记得从周五到周日,每天下午喷泉都会开放,每次开放的时候我都会到喷泉里面玩,每次都玩得衣服湿了才回家。”石女

士说,这是她童年时最好的回忆,现在每当看到音乐喷泉,她都会想起小时候快乐的日子。“喷泉停用这么多年,我一直都盼望着喷泉能重新用起来。”

莲河小区的音乐喷泉带是80、90后们的一段难忘的回忆,在2000年左右,音乐喷泉是小伙伴们们的最好玩伴。

“以前莲河小区的音乐喷泉很出名,但是从我家搬来就没见它喷过。”小区居民李女士说,

莲河小区物业负责人告诉记者,音乐喷泉若是想再使用,难度系数会很大。要申请物业维修基金,需要小区里的全体住户签字,维修完以后音乐喷泉日后的维修、保养又是一笔不小的支出。“音乐喷泉的电缆埋在地下,检修需要把广场上的砖全都撬起来。喷泉池子里常年存水,我觉得管道也都生锈了。”

# 赢牟讲坛第六期开讲了

本报6月17日讯(记者 陈静 通讯员 尹迎) 6月15日,莱芜市图书馆赢牟讲坛第六期——“为人父母,遇上幸福”大型公益讲座在莱芜梆子剧团演艺厅举办,莱芜市文广新局副局长孙宪涛、市图书馆馆长高新华等领导

出席本次公益讲座。本次公益讲座由莱芜市图书馆主办,是开展“市民业校”活动的一项重要内容,旨在进一步构建市民学习服务体系,提升市民整体素质,增强城市文化整体实力和核心竞争力。

本期赢牟讲坛分两场举行,上午到场人员740余人,下午到场人员760余人,特邀全国著名教育专家陶雪梅与家长和學生交流。陶雪梅就当今社会如何通过经营好父母的幸福来延伸给孩子幸福,如何培养孩子学习的目的让

他们爱上学习,通过学习增加自信心,得到解决问题的办法,形成坚持成长的习惯等方面做了阐述。陶雪梅老师的演讲轻松柔和,以情理养,在场的家长对如何教育和培养学生的成长有了理性的认识。

# 精准定位直指国内百亿文具市场

马可中国日前举办了“My Marco Y色彩中国梦马可中国新形象新产品新策略”发布会。该会议或将首次定义并格局国内文具市场。

发布会上,中国教育学会家庭教育专业委员会副理事长王大龙、国际蒙太梭利教育协会中国区副会长马晓青、中华社会救助基金会“聆天使计划”公益基金负责人公泽忠等相关来宾受邀与马可中国相关领导人共同启动马可全新形象。

全新马可品牌形象,明亮的蓝色基调轻盈、时尚,并以形似铅笔头的M品牌标识亮相,惊艳全场。据悉,历时半年,斥资逾百万打造的这一系列形象,以马可最具代表性的铅笔头结合品牌首字母M,更强调其品牌识别度。据估算,国内文具拥有百亿市场,而目前,并无

强势品牌。在国内消费者对整个文具业内品牌认识度不高的背景下,马可欲借力全新形象,配合更为精准的市场细分的产品,树立一代人的文具品牌。

“品牌赋予优秀的产品源源不断的生命力。”马可中国市场总监乐毅先生在阐述马可全新品牌时表示,马可品牌通过卓越的产品、早期市场教育及培育、全方位的市场沟通,并不断践行企业社会责任等4大方面来建立一个完整、良性发展的品牌,为国内消费者在提供与全球80个国家地区同样品质的产品之时,同样带去更为完善的增值服务与现代化的消费体验。

在美国,彩色铅笔与石墨铅笔的市场比例是8:2;在欧洲,这一数据为7:3;即使在GDP水平与中国相当的东南亚国家,这一比例为6:4;而在中国,这一数据则为4:6。这

也是为什么有“中国人不画画”这一说。而研究证明,色彩与绘画艺术对于脑部发育有着明显的关联度。

根据今年2至3月马可中国对全国4地(北、上、广、汉)逾200名消费者的深度访谈调研发现,国内消费者对于画材的认知单一,对色彩类产品并不了解,对书写类产品难区格。而目前市场上的绘画类、书写类产品显然并不能满足消费者的需求,市场亟待有品质、安全有保障且定位精准的产品。对此,马可中国也迅速作出反应,如学前书写专用铅笔,全无气味、安全无毒的儿童勾线笔等产品横空出“市”。

同时,对于基础教育的参与也让马可从生产型加快迈向以市场为主导型品牌的步伐。据悉,“色彩中国梦Y马可铅笔幼儿园美术套包”于不久前正式进驻国内包括

北京、上海、广州、武汉4地示范级幼儿园所。针对低龄儿童美术启蒙的各类画材因其针对性强、安全等级高、美观兼顾便捷度等特点,为幼儿阶段美术学习提供成套解决方案,迅速填补了市场空白,广受学前儿童家庭欢迎。

除了坚持马可一直以来“品质、安全、环保”的企业理念,马可在全新战略中也更多加强了企业社会责任的元素。据介绍,马可铅笔已拥有超过20年历史,已拥有1个林场、3个板材加工基地、2个铅笔加工工厂的规模。在马可建立的初期,品牌创立人就立下了“砍伐一棵树就要种植更多树木”的环保承诺并践行至今。而今,企业仍在不断扩大中,马可认为已有能力并有更大的意愿带领行业践行企业之责。在去年,包括与新浪微公益、中华慈善救助基金会、优

### 中年流浪汉深夜轻生

本报6月17日讯(记者 程凌润 通讯员 刘彬) 16日晚,钢城区颜庄镇颜庄大桥东河道内,一中年流浪汉在河道中央欲轻生,消防官兵成功将其营救。

16日22时17分,莱芜市公安局消防支队指挥中心接到群众报警称有男子轻生,并迅速指令辖区鹏泉中队出动2部消防救援车、14名消防官兵赶赴事故现场。

在事发现场,一名流浪男子顺着河水中央自西向东徘徊,流浪者穿着简陋,左臂为断臂,右手拿着砖头且不听现场民警、消防官兵的劝阻,继续向深水走去。

“流浪汉大约40多岁,身高一米七左右,河道中的水已经淹没了他的腹部。”一名消防战士介绍,他们了解情况后迅速携带救生衣、救生圈等救援设备下水对其实施救助,消防官兵利用消防车利用车头灯及车载强光照明灯为其提供救援引导。

救援过程中,两名消防官兵快速靠近轻生男子,流浪男子情绪激动不停呼喊阻挠施救,为了防止意外发生,消防官兵立刻向前扶着流浪者的臂膀向岸边拖拽,由于水中淤泥较深,且流浪者拒不配合施救,拖拽过程中消防官兵腿部亦被流浪者用砖头砸伤,救援速度缓慢,经过五分钟的快速施救后,成功将轻生男子拖上岸。

现场一名目击者介绍:“流浪汉在当天下午就来到了河边,好像有点精神问题。”最终,在消防官兵的耐心安抚下,男子情绪稳定,消防官兵将男子交予派出所民警。

### 爱心面条温暖老人心

14日,在父亲节来临之际,一家调味品公司走进莱芜夕阳红老年公寓,给老人们送来了面粉、大米、调味品等,还现场为老人们做了一顿香喷喷的炸酱面。“我们年纪大了,牙口不好,就爱吃点软和的。师傅做的炸酱面很香,我吃了两碗呢。”78岁的张丙俊大爷边吃边竖起了大拇指。

记者 郭延冉



酷土豆等合作的大型公益项目都将马可善举带去更多“色彩”的希望。

此外,如何运用现代化营销手段结合传统文具行业,带领行业通向未来也成为马可专营课题之一。此次发布会上,马可发布了其官方微信服务号(马可中国),全面整合了现有资源对马可资源。相关资讯、微店、全方位附加服务等都可以通过消费者最常用的应用简单获得。据悉,这是马可在继天猫旗舰店全新升级后再一力举,也将是传统零售营销打通的大胆创新实践。

据悉,目前马可拥有包括儿童绘画,专业书写,专业美术3大产品系列。并拥有以无油漆、纯天然木为特色的环保系列产品;MI-LAN,时尚、有特色的品质产品,以满足不同的消费者。