

大雾笼泰城

雾大上下学不安全,农村的孩子路又远

肥城全市中小小学生昨日停课一天

本报泰安1月3日讯(记者 白雪) 2日晚,肥城市起大雾,城区能见度不到10米,肥城市教育局向城区及乡镇学校传达通知,中小小学生3日停课一天,7日(本周六)上课,把3日当天停的课再补回来。记者了解到,泰安市仅肥城市全市

停课,泰山区、岱岳区、新泰市、宁阳县、东平县没有统一停课。

肥城市教育局基教科的工作人员告诉记者,“临时停课决定是在2日晚上8点下发的,全市的小学初中3日都停课了。2日晚肥城的雾特别重,考虑到天气

不好,农村孩子上学远,城区交通拥挤,考虑到孩子的安全问题,启动了应急预案,决定临时停课一天。3日中午,肥城已经出太阳了,4日是否停课,将根据天气情况再决定。”

据了解,肥城学生3日停课一天,7

日将补课一天,不会耽误学生的功课。

3日中午,泰城城区、新泰市、宁阳县、东平县已隐隐能看到阳光。宁阳县基教科工作人员说,现在天气有所好转,暂时没有停课的决定,将根据具体情况再调整。

信号灯隐身

3日早晨,泰安新汶往北,路上的雾太大,反向车道完全看不清楚。路边停满了不敢往前走的小车。过十字路口看不清红绿灯,一看见斑马线,所有的车都是一边按喇叭一边龟速前进。本报记者 张玉岩 摄影报道



谁编造的这事故谣言 折腾学校和家长有意思吗

本报泰安1月3日讯(记者 赵兴超) 3日,一条“泰安与新泰交界处重大交通事故”的信息,在市民中流传转发,引起较大恐慌。交警、医院、学校三方为了核实,耗费人力物力,还有家长直接跑到医院找孩子,学校翻遍一万多学生的资料挨个落实,证实是虚惊一场有人恶意散步谣言。

“重大交通事故,今晚在泰安与新泰交界处!有辆河北牌的大货车与四辆私家车相撞!”3日,一条写着发生在泰安的交通事故信息,被许多市民微信转发。消息大意为:相撞车辆为宝马,凯美瑞,两辆黑色北京现代。其中两辆车上的两人伤势严重,里面是八名泰安卫校学生。由于学生都在昏迷状态,经过查看身上有效证件,孩子的名字为严真,王峥,李玉玉,马尚,类小登,张为正,藏伟,曹海龙。目前八名伤者的手机与两辆黑色现在轿车的车牌和司机一丢失,两名司机已消失。

文中有多处错别字、标点符号不当,但转发的市民恰恰觉得这是在情急之中写下的。“我昨晚看到的,今天早上觉得应该转出去给孩子家长看到。”市

民李女士说,她和许多转发的市民一样,认为在最近几天雾霾天气里,出现这种事故也是有可能的。消息写得非常详细,让人很容易信以为真。

3日,记者分别联系了交警、学校和医院,核实这条牵动市民心的消息。交警部门表示,最近没有发生这类交通事故。新泰市人民医院急诊科医护人员说,当天早上不断有市民跑来急诊找孩子,说是出车祸了,但又说不清具体情况。医护人员了解后发现,家长们都是在微信群看到信息后来的,给孩子打电话无人接听。而且前来寻找孩子的大多不是信息中姓名孩子的家长,只是在泰安上学的孩子。

泰山护理职业学院老师也为这件事忙了大半天,学校刘老师表示,看到这条消息后,老师们逐一落实其中的姓名,翻遍学校一万多名学生信息,最终确定没有孩子在这次所谓事故中出事。事后,冷静下来的家长们才明白,给孩子打电话联系不上,是因为孩子们在上课,着急让他们冲昏了头脑。警方表示,一旦确定造谣生事者,将追究当事人治安甚至刑事责任。

大雾惹祸



四车连环撞

3日上午9点半左右,泰山大街光彩段,四辆车自西向东,依次停靠在行车道上。最后面是一辆小箱货,前面是三辆小轿车。

据一名小轿车驾驶员介绍,最前面的私家车为避让其他车

辆,临时刹车,身后的两辆私家车,也都刹住车,但最后面的小箱货,没能刹住车,撞上第三辆车,导致形成连环撞。

本报记者 张伟 摄



两大货追尾

1月3日上午8时48分,京台高速500公里处曲阜方向,两辆货车追尾,有1人被困。当时大雾弥漫,能见度不到10米。经消防官兵侦查,后车驾驶室严重变形,被困人

员腿部被卡住,消防官兵利用撑顶器材,开辟救生空间,成功将被困人员救出。

本报记者 张伟 通讯员 路凯 摄影报道

工商银行泰安分行组织开展“新服务 心满意”服务提升季系列宣传活动

为提升服务形象,改善客户服务口碑和评价,引导媒体宣传,提高亮点产品和服务知名度,近日,工行泰安分行根据总行通知精神,就开展“新服务,心满意”服务提升季系列宣传活动作出部署安排,提出明确要求。

明确宣传重点。本次服务季活动以“新服务,心满意”为主题,结合传统的旺季营销,重点围绕“温馨的服务体验、高效的服务流程、优惠的金融产品、安全的资金保障”四大服务内涵,以社会关注度高、具备行业领先优势、普惠大众客户、服务实体经济为标准,精选亮点产品及服务举措,有步骤、分批次向社会进行集中展示和宣传,对外传递工

行重视服务、改善服务、提升服务的决心,展现工行服务求新求变的进取形象,全面提升与全球最大银行地位相称的社会形象与口碑,实现“半年服务面貌迅速改观,一年服务口碑明显改善”,建设成为“人民群众满意银行”。

加强联动,深入推进系列宣传。本次服务季活动持续时间长,内容丰富、形式多样,各行要根据总行活动策划进度和安排,制定本行分项目、分阶段的具体实施方案,确保活动按计划有序推进。各行要指派专人负责此次活动的执行推广工作,及时安排和落实总、分行发起的策划活动。为方便总分行联动,总行在融e联公众号“客户经理助手”下

开设了“服务提升季”专题栏目,并建立了工作群,各行个人金融业务部、办公室相关负责人及活动相关人员要及时添加该公众号,并通过扫描二维码的方式加入工作群。各行要密切配合,做大活动声势,部署配套的媒体报道及广告资源,确保活动全程都有跟踪报道。

加大资源投入,营造良好舆论氛围。一是合理配备媒体资源,加强媒体引导。积极利用本辖区报刊、杂志、广播、微信、微博等媒介进行正面宣传报道,及时发布工行最新活动信息,广造声势,发挥媒体平台作用及影响力,为全行服务体验提升营造良好的社会舆论氛围。二是充分发挥网点宣传作用。

通过电子滚动屏、海报等形式展示活动主题,播放宣传视频片;网点工作人员要通过与客户的互动,引导客户参与体验,让客户切实感受服务的进步。三是开展走出去集中宣传。主动走进社区、学校、企业等,通过讲座、沙龙等形式,针对不同客户群体开展宣讲,推介工行亮点产品及服务举措,吸引公众关注工行服务改进工作。四是与其他旺季营销活动有机结合。各行要借助一季度旺季营销、金融知识进万家、消费者权益保护等活动,将服务宣传与业务宣传、形象宣传、社会热点相结合,增加公众对我行服务标准及配套产品的了解,树立良好的服务形象。(通讯员 赵绪春)