

后续报道

“飘窗悲剧”引发深思

窗户保险,非加不可

核心提示

□记者 马文双 陈晓佳 通讯员 孙浩/文 记者 李渊博/图

昨日,本报A08版刊发《飘窗夺命!12岁男孩从6楼窗户坠亡》一文,引发读者关注。

原本供业主欣赏美景的飘窗缘何成了美丽“杀手”?家有飘窗的业主如何看待此事?他们有没有为飘窗安装防护设施?为此,记者走访了部分小区。



房子原来这种低矮的护栏根本起不到防护作用。

1 事发小区居民: 虽说像“笼子”,护栏还是要安

昨日,记者再次来到事发小区,看到底有多少家没安装防护栏,他们对飘窗安全问题有何看法,准备怎么做。

在事发那栋楼,记者从外面看到,14户人家的28扇飘窗中有11扇未装防护栏。

赵女士住在7楼,她家的飘窗都没有安装防护栏,而她家最小的孩子大概2岁,身高约80厘米,完全有可能爬上飘窗!

赵女士和爱人都说,他们经常教育孩子不要爬窗户。

男孩坠亡悲剧的发生让他们很后怕,准备尽快给飘窗装上防护栏。

赵女士的邻居曹女士家的孩子今年6岁,她家也没有安装防护栏。曹女士说,她一直觉得飘窗不安全,但还没来得及安装防护栏。坠楼事件发生后,她决定赶快安装防护栏。

3楼的胡女士家里安装了防护栏。她说,安装防护栏真的很有必要,她家孩子今年5岁多,经常爬到飘窗上玩,要是没有防护栏,那就太可怕了。

在该小区另一栋楼里,居民齐先生说,他一直觉得防护栏就像个“笼子”,飘窗本是用来赏美景的,所以他一直没安装。不过,他家宝宝今年出生了,他准备等宝宝再大一点就安装防护栏,安全第一……

很多被采访的居民,尤其是家长,都说美景要为安全让步。

2 高层小区居民: 悲剧敲响了警钟

随后,记者又分别走访了丽新路附近一高层小区和政和路附近一高层小区,发现不少居民家的飘窗没有安装防护设施。

在丽新路附近的高层小区,有不少家长正带着孩子在小区里玩,听说记者来采访飘窗的安全问题,都围了过来。一位家长说,她家没有装防护网,看了小男孩坠楼的报道后惊出了一身汗,她反复叮嘱孩子离窗户远点,千万不能在飘窗上玩,并准备赶紧给家里的窗户装上防护网。

家住32层的陈女士说,她早就考虑到飘窗的安全问题。交房时,小区各家的飘窗台上都配有护栏,但太低起不到防护作用,她索性将护栏拆除,安装了隐形防护网。该防护网由一根根钢丝构成,每根钢丝的间距大约3厘米。

史女士住在10楼,儿子5岁,她说因高层小区不允许安装多层小区那种铁栅栏似的防护网,她也选择安装了隐形防护网。

许女士家暂无小孩,所以她没有安装防护网。但她觉得大人也应当心:“有人会把飘窗布置一番,躺在上面晒太阳,我从来不去那里坐,害怕。”许女士表示,只要有小孩她就安装防护网。

另一高层小区居民介绍,小区在交房时,飘窗上都安装有护栏,但不少居民觉得不美观,拆了。这件事给他们敲响了警钟,相比孩子的安全,美观就太无足轻重了。

3 市民看法: 安全比美观更重要

市民孟先生说,他认为站在飘窗前欣赏美景是种享受,装修时他想过在飘窗上加几道栏杆,但最后放弃了。现在看来,安全比美观更重要,他会尽快安装防护设施。

市民赵先生新买的房子在某小区13层,还没住进去他就开始考虑安装护栏了,因为他觉得飘窗都是玻璃,存在安全隐患,他不放心。

市民郑女士家的飘窗没有安装防护设施,但她家的窗户可以斜着开,孩子钻不进去,她从未告诉孩子窗户怎么开。她觉得家长们应该考虑一下,如何与孩子正确沟通,让他们自觉地去不去攀爬飘窗。

读者朋友,您是如何处理与看待飘窗的安全问题的?您对飘窗安全问题还有哪些疑问或建议?如果您想表达看法,不妨拨打本报热线66778866与我们沟通。我们将继续关注与飘窗有关的事儿。

河洛文化丛书编纂正在“寻找”古文献

□记者 韩铁柱

昨天,《中国河洛文化文献丛书》举行编纂启动仪式。

河洛文化是中国传统文化的重要组成部分,河洛文化的重要载体——河洛文化文献典籍,是中华文明的历史记录,也是我们研究洛阳、建设洛阳的重要文化资源。但长期以来,这些河洛文化典籍从未进行过汇集整理,致使散佚严重,有的更是深藏馆库或民间。为此,市委、市政府决定编纂出版《中国河洛文化文献丛书》,以“大手笔、高起点打造河洛文化品牌”。

据了解,丛书将初步按方志、

史地、河图洛书、洛学、金石、文集、科技、文学艺术、人物和杂记等专辑分类,计划收录河洛文化文献典籍500部左右,以宣纸影印方式汇校出版。丛书收录书目上限不限,下限截至民国(新中国成立后的论著将录入河洛文化文献电子数据库),整个工程计划10年完成。

《中国河洛文化文献丛书》编纂委员会呼吁,如果您有或知道哪里有成型的、完整的有关河洛文化文献的稿本、抄本、刻本、石印本,请与市地方志办公室联系,电话:63217931、18637927911。

绿色湖滨 助力“三化” 富农惠农 崛起中原

重形象品牌为王 善推广渠道制胜

——湖滨全产业链之市场、品牌推广策略

□记者 李松战 通讯员 王琼

的高度认同。

有人说品牌为王,渠道制胜。企业要想获得有利的发展空间,不仅要树立良好的品牌形象,更要有高效的销售渠道。果汁行业竞争激烈,湖滨身处其中更加重视自身的品牌形象和销售渠道建设。据悉,湖滨正在以郑州、洛阳市场为战略重心,以河南市场为基础打造一个全国性的高效销售渠道。

定位清晰,持续快速推动品牌发展

如今走在洛阳的街头和大小超市卖场,到处可见“湖滨”的身影。湖滨似乎是一夜之间出现在我们眼前,并受到消费者的欢迎。

据湖滨食品贸易有限公司负责人介绍,在洛阳,目前湖滨果汁在高端餐饮中占有率超过60%,超市卖场覆盖率达到100%,签约销售湖滨产品的中小餐饮店2000多家。

除洛阳外,在郑州,湖滨被市场认可和接受的速度也是非常快的。据悉,到今年12月份,湖滨在郑州的市场占有情况将会达到洛阳的标准,同时,将实现河南市场无空白区域,华东、华北、东北重点市场形成客户集群的目的。

湖滨,一个以河南为核心面向全国的崭新的果汁品牌,以其产业链的优势、绿色健康的理念、先进安全的生产技术迅速出现在全国消费者面前。

上述负责人表示,湖滨以健康饮料为方向锁定果汁领域,在混乱竞争格局中追求利益多元化,并明确品牌诉求和愿景,品牌定位清晰,推进持续、稳定、快速。

消费者认可,经销商自然愿意经销,加上湖滨从服务、多元化产品等多方面出发,以实际行动向经销商表明和经销商同创事业的决心和诚意,湖滨也就获得了经销商

有主有辅,分阶段和地域稳步推进

湖滨以“重点市场+战略市场+基础市场”的模式加强网点建设,明确大客户战略,提高产品市场占有率,提升产品陈列形象。通过陈列、试饮、买赠及公益活动等增强产品美誉度,培育消费群。然而对湖滨来说,以下三方面是整个市场和品牌推广的重中之重。

——区域设置 以河南区域为核心区域市场,确定省内各城市为公司立基市场,通过立基市场的招商带动县级市场的开发;确定洛阳市场为公司的样板市场,对整个渠道和网点进行精耕细作,打造湖滨渠道运作的模式,树立湖滨高品质的品牌形象,配合湖滨产业链的运作;确定郑州市场为公司的战略市场,大力度对郑州市场各渠道强力招商,以郑州市场渠道产品及品牌运作的表现,带动河南及省外区域的招商;确定华东、华北及东北为公司现阶段培育及开发的重点区域,以地级市场的招商和布点为手段,打造湖滨省外基础市场。

——产品规划 快速补充和完善现有的产品线,以湖滨“加沃”高中低浓度果汁系列及湖滨“拉沃斯”100%果汁系列和世界果园系列为主线,进一步明确各渠道产品的定位和诉求,对现有产品包装进行优化升级和梳理,明确市场导入期、培育期、发展期等不同阶段产品的功能,确定湖滨核心产品、招商产品、上量产品、阻击产品等产品架构,满足现阶段以及未来市场发展的需求。

——价格策略 采取高价与中低价相结合的价格表现,依据“加沃”系列产品以及“拉沃斯”系列产品的定位,对不同渠道的产品价格进行梳理,使产品价格的层次更加清晰和准确。

协和医院静脉曲张科

免费多普勒彩超检查

激光微创治疗

老烂腿、下肢静脉曲张

电话: 65295111