

安徽人的生活指南

市场星报

全国数字出版转型示范单位

新闻热线 62620110
广告垂询 62815807
发行热线 62813115

总编办 62636366
采编中心 62623752
新闻传真 62615582
Email admin@scxb.com.cn

零售价 1元/份
全年定价 240元

法律顾问 安徽美林律师事务所
杨静 律师

承印单位 安徽新华印刷
股份有限公司

安徽财经网
www.ahcaijing.com

市场星报
微信二维码



官方微信 scxb123

让“现场急救”成为公众的必修课

祝建波

时评
ShiPing



21日早晨8点30分左右,上完夜班回家的专职护工傅龙生路遇触电倒地心跳骤停的男子,男子的家人慌乱中不停地掐其人中。傅龙生见此情形大喊:“你们抢救的方法错了,让我来为他做心肺复苏!”十分钟的心肺复苏后,男子恢复了心跳和知觉。(10月26日《钱江晚报》)

近些年来,因突发疾病、意外事件得不到及时救助而导致的悲剧时有发生。究其原因,很多人都认为救人是医生的事情,自己所能做的就是及时向急救中心求救。但专家指出,黄金抢救时间是意外发生后的4分钟内。因此一旦发生意外,第一目击者是否有急救常识、急救能力,对患者是否有更多的生还机会至关重要。

现场急救也是一门科学,涉及急救知识和实用技能,只有比较系统和全面掌握了基本操作技能,才能有效进行现场急救。反之,即使抢救及时,但操作不正确的急救措施也是毫无意义的,甚至是有害的。

据资料介绍,在发达国家急救能力的培养非常普及。如法国的急救培训普及率为其人口的45%,而德国更是高达80%,然而,目前我国每年急救知识普及人群约1000多万,应急教育普及率仅



临时抱佛脚 王恒/漫画

为1%,这与发达国家平均50%的普及率相差甚远。

普及率十分有限的急救教育现状,无不警示我国亟须补上急救这堂生命教育课。现在的问题在于,因为意识上的缺乏,理念上的滞后,以及缺乏法律和制度保障,真正能够主动参与急救知识和技能培训的普通老百姓少之又少,所以不管是面对自己还是别人的突发状况,大多数人还是茫然不知所措。而如果我们人人都是“急救员”,那必将有更多的生命被挽救。

所以,需要让“现场急救”成为公众的必修课。政府和相关部门要加大普及应急救护知识的宣传力度,建立健全法律法规支撑体系,加大财政投入并完善应急救护知识普及培训体系,发挥好医院、红十字会普及救护知识的主体作用。同时,社会相关组织机构也可以和学校合作,开设一门既针对学生又面向社会公众的“现场急救必修课”,让更多人接受专业的急救知识教育。

微|声音

你的名字、电话、住址 将从快递单上消失

最近,一些快递公司对个人信息进行了加密处理。顺丰速运等快递公司在原本显示寄件人信息的位置,只显示了一个数字编号,而收件人的电话号码,也用星号对中间四位数字进行加密。此外,菜鸟网络也联手EMS、百世快递等,共同推动使用“隐私面单”。京东快递则推出同样具有隐私保护作用的“微笑面单”。 @央视财经

左右脑年龄测试不靠谱 程序员表示结果是随机数

近日,一个“左右脑年龄测试”在朋友圈热传。只要回答几个问题,便会生成一张显示左右脑年龄的图片。有程序员研究代码发现,测试结果是随机数。专家:测试没有科学依据,左右脑没有分工,从事复杂活动时左右脑协同操作。 @北京青年报

非|常道

杨燕绥:中国进入健康经济 打造老龄人口红利

近日,清华大学公共管理学院教授杨燕绥表示,人口老龄化不是社会老化,它其实是农业经济、工业经济的结束,意味着我们进入健康经济。人口老龄化是经济进步发达的一个表现,经济从卖方市场进入买方市场。现在要思考的是,可不可以把非正规就业引进来,延长就业年龄,从而延长第一人口红利。经济一旦进入买方市场,消费拉动经济的作用增强,所以我们的第二人口红利要从消费角度来打造老龄人口红利。 @新华网

格力操盘安徽家电市场超级盛宴 11月25日,安徽沸腾来了……



历经三年积淀,第三季格力“安徽沸腾”引爆在即!

10月25日上午,“安徽沸腾”第三季开券仪式百家安徽媒体新闻发布会暨安徽首届新婚新居乐购嘉年华在合肥举行,这是安徽格力的首次开券仪式。

从第一季的5.05亿到第二季的6.9亿,第三季“安徽沸腾”将保证销售额10亿,力争达20亿,预计为全省用户节约资金2亿元以上,打造安徽本土PK双11的线下超级购物平台!

一站式购物嘉年华即将引爆安徽

2015年11月28日、29日,“安徽沸腾”第一季,缔造5.05亿销售奇迹;2016年11月26日、27日,“安徽沸腾”第二季,6.9亿完美

收官;2017年11月25日、26日,“安徽沸腾”第三季将王者归来,为消费者带来无与伦比的品质巅峰盛宴。

每年的11月,格力“安徽沸腾”已经成为安徽家电业的一种图腾、一种标签、一种符号,甚至是一种不可或缺的消费方式。

与往年不同的是,第三季“安徽沸腾”也是首届“新婚新居一站式购物嘉年华”。今年不仅有工厂家电直销,还增加了建材、婚庆、家纺、厨卫等商品,为安徽消费者打造真正的一站式购物嘉年华。今年,全省设置十七个分会场,其中,合肥主会场位于高新区铭传路208号格力电器合肥有限公司即格力合肥工厂;芜湖会场位于芜湖三山工业园格力电器芜湖有限

公司即格力芜湖工厂;其他地市会场大多在当地最大的体育场馆。

消费者要注意的是,第三季“安徽沸腾”全省只发放50万张入场券,凭券才能入场,每张售价60元,先认筹先得入场券,售完不再增加。

50个参与品牌确保全年最低价

开券仪式伊始,安徽格力总经理汪晓兵以PPT的形式向大家介绍了第三季“安徽沸腾”的整体情况。

为保障消费者享受到真正的最低价,第三季“安徽沸腾”采用工厂直销模式,由总部操盘省去中间物流、仓储、商家、门店等层层环节,价格一降到底,使消费者享受真正的直销裸价。

“很感谢安徽格力给我们搭建了一个非常好的平台。”安徽百大电器董事长周福江在随后的发言中感叹,在家电零售的寒冬里,“安徽沸腾”带领合作伙伴开拓疆土,取得了骄傲的战绩。

包括周福江在内,25日,安徽晶弘冰箱总经理曹曙宏、安徽大松生活电器总经理王世华、法恩莎卫浴合肥总经理侯耀智、欧派橱柜合肥副总经理李勇、TCL安徽区域总经理敖勇、天然婚纱董事长曹旭、惠尔浦三洋安徽总经理郑勇、安徽五星电器总经理郑莹等也在现场表达了感想与祝福。

据悉,第三季“安徽沸腾”吸引了50个知名品牌参与其中,所有品牌均与安徽格力签订了保价协议,确保“安徽沸腾”活动期间所销售产品为全年(空调冷年即2017年8月1日~2018年7月31日)最低价。

据预测,第三季安徽沸腾整场活动预计将节省用户资金2亿元以上。

打造PK双11的线下超级购物平台

每年的双11是剁手党们的狂欢,而在安徽格力总经理汪晓兵看来,“安徽沸腾”就是要PK双11,价格全面等于或者低于双11,打造线下超级购物平台!

坚守专业32年,深耕安徽16载,创造了家电营销众多第一、赢得安徽1000万用户拥趸的安徽格力,自然有达成这一目标的底气。

汪晓兵回忆,2015年启动第一季“安徽沸腾”时,的确面临着许多压力:与三月开始的旺季不同,冬季一直是家电销售的淡季,不过为了应对旺季的巨大需求,淡季也需要生产。“生产,就需要销货,所以我们想出了反季节销售,‘安徽沸腾’应运而生。”

反季节销售家电,抓住目标客户是关键,在汪晓兵眼中,这不外乎两个“新”字,即新婚新居。因此,今年的第三季“安徽沸腾”也是首届“新婚新居一站式购物嘉年华”,方便用户将空调、彩电、冰箱、洗衣机、厨房电器、地板瓷砖、卫浴、家纺一站式购齐。“前两季我们只有黑色、白色家电,第三季将新婚、新居装修所能涉及到的几乎所有品种囊括其中。”

汪晓兵期待,第三季“安徽沸腾”将保证两天销售额10亿,力争达20亿,预计为全省客户节约资金2亿元以上。明年的第四季“安徽沸腾”则会邀请更多的品牌,持续天数更长,为安徽的消费者送福利。