

路遇车祸伤者血流不止,好心车主彭来主动施救—— “没有他帮忙,也许母亲的命就没了”

10月18日上午10点半左右,在南京栖霞大道与仙新中路路口,一辆大货车将一辆电动车卷入车轮下,骑车女子受伤,血流不止。骑另一辆电动车的伤者儿子王先生跑到马路中间,向过往车辆求助,一辆白色轿车主动驶过来,将伤者送往医院抢救,之后,车主开车离去。

昨天,王先生通过网络找到了好心车主彭来,深表感激。彭来说:“如果不救人,这辈子都不会安心。”

现代快报记者 李宇龙

紧急:母亲被货车碾轧,双腿不停流血

事发时,王先生和父母一起,骑着两辆电动车去探望爷爷奶奶。王先生与父亲骑一辆车,他母亲单独骑一辆车。他们走到栖霞大道与仙新中路路口时,旁边一辆并行的货车突然右转。

“大货车右转弯有盲区,司机估计没看到,就直接把我母亲卷到车底下。”大货车停下后,王先生和父亲跑过去,把他母亲抱出来,母亲两条腿不停流血。

王先生赶忙报警,打120求助。由于母亲受伤严重,救护车又不能及时赶到,他冲到马路中间拦车,希望过路车主能把母亲送往医院抢救。

救人:白色轿车把母亲送往医院

王先生说,事故发生的地点比较偏僻,来往车辆并不多。有几辆车路过,可能没注意到,都没有停下来。他当时很无助,脑子里一团乱麻,便跪在地上,希望能够得到过路车主的同情。

危急时刻,一辆白色标致轿车急速向他开来,车上有一男一女两个人。开车男子让他赶紧上车,载着他直接开到他母亲的身旁。

母亲被抬上轿车的后座,司机连红灯都闯了,把他们紧急送往附近的栖霞医院。“他们帮着把母亲送到医院抢救,然后就离开了。”王先生说,他当时询问对方姓名和联系方式,但是对方婉拒了。

车主离去时,王先生拍下了轿车的车牌号。

寻恩人:如果不是他们,也许母亲的命就没了

“我母亲被送到医院后,一直血流不止。”王先生说,由于伤势较重,后来又被送往江苏省中西医结合医院。抢救了好几个小时,才暂时脱离生命危险。母亲身上多处骨折,左腿已被截肢。

“如果不是他们,也许母亲的命就没了。”王先生说,母亲目前正在重症监护室观察。

昨天,王先生将白色轿车的照片发在微博上,希望网友帮忙找到车主,照片显示车牌号为:苏A95P07。

车主:不救的话,这辈子不会安心

昨天上午,王先生找到了救母亲的车主,他名叫彭来,是南京银行和燕路支行的职员。

彭来说,他下个月初要办婚礼,当天是跟妻子到婚房收拾东西,开车回父母家的路上,他在路口等红灯时,妻子突然说,对面有车祸,有人呼救。彭来赶紧开了过去,把伤者送到医院。

“当时我什么也没想,只知道有人出车祸了,我得去帮助。”彭来说,他当时根本没有犹豫,“一个活生生的生命在那里躺着,如果你不去救她,生命没了,你会不会自责?如果不去救的话,这辈子都不会安心。”

彭来说,送完人,他和妻子去洗车店清洗后座上的血迹。后来,他报了122,说明闯红灯原因,消掉了扣分,并且顺便询问交警伤者的情况。

彭来没想到王先生会这么用心寻找他,“我没有想被找到,也没想被表扬。不过,这也带来一个好消息,虽然他们家庭遭受了痛苦,但至少现在还是一家三口,没有人离开。”

《他攒了3.8万元,是还债还是给儿子整形?》后续

医院免费为他做下巴和双手整形



医生正在给杨道辉查看伤疤
现代快报记者 施向辉 摄

儿子杨道辉在一次大火中被烧毁了容貌,连自信心也被摧毁了。父亲杨仕花攒了3.8万元,想给他整容,可是欠下的20多万元债务眼看也到期了。10月20日现代快报B7版报道了一个父亲的两难选择后,引起社会广泛关注,南京医科大学附属友谊整形外科医院(以下简称南整外)还打来电话,表示可以免费给杨道辉整形。

杨道辉是2012年6月12日被大火烧伤的,当时,他才17岁,为了供姐姐上大学,减轻父亲的负担,他辍学前往浙江义乌,在一家饰品小作坊打工。事发当天晚上,他挂好刚过汽油的项链,在打开电扇吹风时,发生了意外。挥发的汽油充满了20平方米的小屋,就在他打开开关的一刹那,火腾地一下

烧了起来。杨道辉跑到屋外时,人已被烧成了一个火球。

他全身87%的面积被烧伤,不仅容貌毁了,自信心也没有了。这两年来,他不能接受疤痕累累的自己,甚至都不敢出门。

为了救儿子,父亲举债累累。好不容易攒了3.8万元,可是看着大把的欠条,他实在为难。

“小杨很懂事,老杨也非常不容易。”南整外工作人员联系记者,表示愿意免费帮他们一把。

得知这个消息,老杨非常高兴。前天,他带儿子从泗洪老家来到了南京。南整外第四临床医学院副院长吴国平亲自接诊了杨道辉。

经诊断,杨道辉双手被烧变形,成了“爪型手”,已经失去“对指”功能,连筷子都握不了。吴国平认为,当务之急,应该先给双手做整形。这样可以恢复部分功能,生活自理肯定不成问题。而再拖下去,这双手可能就彻底废了。

不过,杨道辉更希望下巴整形,他想让面部好看一些。南整外的院长决定,免费为杨道辉做下巴和双手整形。既让他的外貌好看一些,也让他的双手功能得到恢复。

现代快报记者 钟晓敏

汽车营销:从“猛灌鸡汤”到“对症下药”



这样的广告画面,想必你已经见过很多次了?

“在一栋美轮美奂的别墅门口,大门打开了,意气风发的爸爸、美丽大方的妈妈、活泼可爱的孩子一起笑着走了出来,门前停放着一辆轿车,他们愉快地坐上轿车,一家人开心地地上路……”没错,这就是我们以前经常在电视上见到的汽车广告。

然而,生活中有多少普通人是开一辆中高级轿车,住别墅的呢?这些虚假美好的设定分明有些“画饼充饥”的意思,旨在植入汽车产品,提高产品“逼格”而已。一开始,汽车厂家们都乐此不疲地以这类“高大上”的广告帮消费者洗脑,但是“鸡汤”喝多了,也会腻味。这些广告是一般消费者追求的“高逼格”梦想生活,却离现实大遥远。

随着互联网的出现,营销方式更加多样化,线下线上纷至沓来。而娱乐营销也大行其道,汽车营销逐渐告别了腻味“鸡汤”。汽车厂家们更加在乎消费者喜好,汽车营销从“猛灌大补鸡汤”转为“对症下药”。

从一开始单纯地邀请明星代言人,赞助电影、电视节目,到后来的微电影制作,明星线下活动配合等,汽车娱乐营销玩得热火朝天。以东风日产天籁品牌为例,自邀请了“教主”黄晓明担任代言人后,天籁品牌更围绕“宽·容世界”品牌主张与其合作展开了一系列活动,如拍摄《宽·容世界》微电影、“第四届明星公民颁奖盛典”、“天籁明星日”公益活动等。

这些合作无疑都更加贴近消费者的“兴趣点”,更具针对性,而非一般的“高逼格大补鸡汤”。而要说真正的“对症下药”,东风日产天籁近



期的“偷懒”话题营销更是一剂“特效药”。

近月,网络、报纸杂志上都可见到“天籁帮你偷懒”等相关介绍。经笔者认真研读,这些介绍大部分是围绕帮助车主“偷懒”的话题,介绍天籁的先进技术。从“梯悬挂+ATC”帮助精准过弯,零重力健康乘坐系统提供舒适保证,到AVM全景式监控影像系统0盲区保障安全,这些技术都与帮助车主“偷懒”挂钩,因为天籁有这些先进技术,所以车主可以轻松无忧地“偷懒”。

虽然“偷懒”一词可解释为逃避责任、贪图享乐,但是天籁却对“偷懒”提出了新的解读:一种劳逸结合的健康生活方式。现代人生活压力大,偶尔“偷懒”,适当放松也未尝不可。

天籁提出“偷懒”这个话题,无疑是极为前卫和创新的。并显得非常有“个性”。而“个性”正是当今汽车消费人群的特征之一。据调查显示,2015年国内汽车市场,80后、90后消费者所占比例将会达到58%。随着80后、90后,新型消费群体的崛起,汽车消费年轻化、个性化的趋势也会更为明显。

像精英、豪车这类“高大上”的词语早在豪车和中高级市场用“烂”了,车子是不是豪华,不用说太多,消费者自然懂得辨别。但是有趣、个性化的话题却能引发“眼球效应”,而提升关注度不正是营销成功的第一步吗?

无论什么时候,什么营销方式,亲近目标消费者总没有错。所谓“对症下药”,其实就是挖掘、探究消费者的小心思。生活中,或多或少,大家都会“偷一下懒”,天籁对准消费者小心思,大胆提出,小心利用,可谓直达人心。

京东孵化中国最大规模产品众筹

据笔者了解,京东Bigger众筹大会将于本周日下午在3W咖啡馆举行。截至10月20日,京东众筹产生了国内首个规模最大的产品众筹项目——“三个爸爸”空气净化器,筹资金额突破了1000万,凸显出平台优势和定位精准。

京东众筹于今年7月上线,仅在9月当月,众筹资金就超过了1300万。在线上过百个项目中,有9个筹资已破百万,其中极米智能家庭影院已进入京东采销平台。京东众筹一直强调要做孵化平台,结合京东在供应链、物流、资源等方面的强大整合能力,帮助创业团队进一步发展。对于上京东众筹的创业者团队,他们有很多的感受和想法。

“创业后感受怎样?”笔者询问在中关村夜色里忙碌的张兆龙。“轻松,从未有过的轻松”,这个32岁的男人歪斜着头,露出意气风发的模样。

他刚参加完路演彩排——他拥有美国专利的kisslink路由器将通过京东众筹上线。

在彩排里,他调侃自己的创业起因是为了提高“家庭地位”,“老婆在当记者,不是在采访高官就是在采访高管,我想我不能一直写代码。”

选择京东众筹将产品上线也是处于讨厌市场宣传的考虑,毕竟技术出身的他“忽悠”不是他的强项。资金对他来说也不是太重要,他只是不想花太多金钱、时间和精力去做宣传,京东众筹甚至允诺了他众筹成功后的线上销售推广支持。

怡宝百所图书馆开启爱心回访之旅走进太仓

10月18日,华润怡宝公司工作人员与24名爱心市民代表带着募集的千余册书籍和学习用品从苏州出发来到太仓三港小学,开展了怡宝百所图书馆“1+1,书送爱”爱心回访活动。

本次爱心之旅得到了社会各界的关注与支持。华润怡宝华东区域市场部领导、太仓三港小学师生、爱心市民代表等共同参与了此次活动。同时,在崔玉玉校长的引领下共同参观了学校。百所图书馆计划,不仅让志愿者和孩子们之间架起友谊的桥梁,更将全国各地的爱心传递到苏州太仓这片土地上。

金秋十月,公益回访燃起燎原之势

据悉,自7月初,怡宝百所图书馆计划在全国46个城市陆续开展了两千多场社区募捐活动。继在全国各大城市社区掀起捐书公益热潮后,华润怡宝还将与爱心市民代表一起走进贫困地区学校进行爱心回访活动,足迹将遍布华北、华东、西南、

能聚集人气的平台无疑是一个好的选择。相比众筹网站依托在极客群当中筹措资金的产品模式,京东以电商模式切入,让众筹平台变成更像是项目的孵化和预售平台。

比如最近刚在京东众筹上成功收官的bpair手机伴侣。上线一个月,获得了1690名消费者的支持,以17余万的成绩成功收官,在众筹成功的十天之内实现全部发货。如果现有产品只是概念,这笔费用要用于生产显然是杯水车薪。能以这么快的速度发货是因为在众筹前,产品设计与供应链生产其实都已准备就绪。

在其众筹文案上,也不再打众筹网站最开始的“圆梦”牌,公开自己已有项目进度的bpair更多的是强调“预售体验”。其CEO谢亮也称自己选择众筹是为了解消费者市场反应——从众筹数量按需求组织第一批的生产;获取反馈意见——他们为所有参与众筹的用户建了用户群,并以让用户免费体验下一代产品的方式收集反馈意见。

至于为什么会在点名时间、澳洲众筹网站Pozible都伸来橄榄枝时选择京东众筹,谢亮考虑的是,电商时代,许多产品,尤其是智能硬件的销售已经趋于网络化。与其有了成熟产品再到电商平台找销路找市场,还不如直接在电商平台做众筹,毕竟比起极客式众筹网站,做3C出身的京东更靠近消费者。

怡宝百所图书馆计划成功的背后,除了对理念的坚守,还有执行中的不断创新、与时俱进的精神。自2007年开始,华润怡宝首倡“城市与贫困地区无缝分享图书”的公益理念,采用“一瓶怡宝水换一本闲置书”的方式,为贫困地区的孩子筹建校园图书馆,7年来已在全国18个省市捐建了105所华润怡宝图书馆。

百所图书馆计划“将爱进行到底”:8年坚守与创新

怡宝百所图书馆计划成功的背后,除了对理念的坚守,还有执行中的不断创新、与时俱进的精神。自2007年开始,华润怡宝首倡“城市与贫困地区无缝分享图书”的公益理念,采用“一瓶怡宝水换一本闲置书”的方式,为贫困地区的孩子筹建校园图书馆,7年来已在全国18个省市捐建了105所华润怡宝图书馆。