

湖北暂停“申龙牌”扶梯运营

全省检查扶梯制动和踏板连接装置

本报讯(记者张栋 马辉 通讯员丁苛 李伟)荆州自动扶梯事故发生后,国家、省、市三级质检机构发出通知,要求各地对自动扶梯逐台检查。昨天,湖北省质监局发布消息,全省暂停使用“申龙

牌”扶梯,并在全省开展“电梯安全大会战”,主要查扶梯制动和踏板连接装置。

昨天,国家质检总局下发《紧急通知》,要求各地质监部门督促电梯使用、维保单位在8月10日前对自动扶梯与

自动人行道逐台检查,发现隐患立即停止使用;发现电梯安全问题和违法违规行为,拨打12365投诉举报。

荆州“7·26”扶梯事故发生后,省质监局立即发出了《紧急通知》,要求各

地暂停使用申龙电梯公司造的扶梯;督促使用单位会同厂家、维保单位,对在用电梯进行全面自查等。在执行省局“紧急叫停”的同时,武汉市质监局还建议使用单位实施整改。

荆州“吃人电梯”更详细监控视频曝光 事发前5分钟发现电梯有问题

本报讯(实习生石伟 特派记者张栋)昨晚,荆州“吃人电梯”更详细监控视频曝光。视频显示,事故发生前5分钟,商场两名女员工差点在同一位置被电梯卷入,但没有及时关停电梯。

此次曝光的监控视频,包括了此前5分钟的内容。事故当天上午10点05分,一名女性营业员从事故电梯旁的下行电梯下楼,之后又从事故电梯上楼。据事故调查组介绍,这名员工在下行过程中,想起手里的资料需要签字,才折返上楼。这名女员工乘电梯上楼过程中,另一名女员工在电梯顶部第一块踏板上等待。

10:05:55秒时,两人在电梯顶部碰面,一起转身走向楼层,其中一名员工踩到了后来发生事故的踏板,踏板松动翘起,差点将旁边的垃圾桶翻倒。随后,这名员工紧张地跨到楼层地板上,指着电梯踏板告诉同伴说:“有问题,这里,差点掉下去了”。然后,两人转身离开。此时,电梯没有被关停,而是继续运行。1分钟后,两人再次回到镜头中,伸



商场工作人员踩动了出事的踏板(央视截图)。

出脚在松动的踏板上试了试。这期间,一直没有乘客从电梯上经过,也没有人关停电梯。随后,监控显示10:09:47秒,在事故中遇难的向柳娟出现在了镜头中。

10:10:11秒,向柳娟抬起右脚跨了出去。不巧的是,她正好跨在了松动的第二块踏板上,悲剧就此发生。

暗访武汉6家商超

3部“申龙”牌扶梯停用

本报讯(记者马辉)昨天,湖北省质监局紧急叫停“申龙牌”扶梯后,我市商超执行情况如何?昨天,记者暗访了我市6家商超、13部自动扶梯,发现涉及的3部申龙手扶电梯已全部停用。

记者先是来到永清街上一家超市,一进门就看到一部“申龙牌”扶梯,但没有运行。顾客踏着扶梯的台阶上楼。上楼后一转身,就是一部正在运行的“嘉捷牌”扶梯。超市内还有一部“嘉捷牌”扶梯,也在正常使用。在超市出口另两部“申龙牌”自动扶梯处于休息状态。

随后,记者又暗访了黄浦路、唐家墩等6家商超,发现正在使用的13部自动扶梯,未发现有“申龙牌”扶梯。

安良百货与遇难者家属商谈赔偿事宜

本报荆州讯(特派记者张栋)昨天,荆州安良百货“电梯吃人”事件善后工作正在进行,安良百货已经开始与事故遇难者家属协商赔偿事宜。

昨天上午,武汉晚报记者再次来到出事的荆州安良百货看到,该商场依旧照常营业,但客流量不大。在荆州市沙市殡仪馆,遇难者向女士的家属依旧在灵堂里守着。向女士的小姑柯女士说,安良百货高层已经和他们开始协商赔偿事宜。但是具体的细节与金额目前仍在商讨,不便透露。

天门一扶梯“咬断”女童手指

家长带伢要格外注意:上下扶梯时最易出意外

本报讯(记者伍伟 通讯员刘坤维 艾方兴)27日,天门的吴女士抱着22个月大的小雨在天门一家商场购物,乘坐手扶电梯到达扶梯底端时,小雨从妈妈手里跌落,右手小指被扶梯底端的齿梳卡住,整个小指完全被电梯吞噬……

当天上午10点,吴女士抱着女儿小雨在天门市一家商场购物,在下电梯到达扶梯底端时,小雨在母亲怀中挪动了一下身子,吴女士一时没站稳,小雨一下子摔落在电梯上,右手小指刚好卡进了扶梯的齿刷,手指顿时血肉模糊。

吴女士大声呼叫,商场工作人员赶来关掉电梯,将小雨的手指慢慢取出,随即送往当地医院,接诊医生简单包扎后建议小雨到武汉协和和医院手外科治疗。

当天下午5时,小雨在母亲的陪伴下转入武汉协和和医院手外科。接诊的手外科主任陈振兵教授说,小雨右手小指被手扶电梯卡后损毁严重,已无接指的可能性,只好对小雨的右手小指末节实施截指手术,目前小雨伤口愈合情况良好,住院观察2天左右便可出院。陈振兵称,除了手部外观上的影响外,小指末节截

指对孩子以后的发育影响不是很大,抓合功能上并无大碍。

据统计,在武汉协和和医院手外科,仅今年上半年就接诊了5例手扶电梯外伤的患者,年龄均为1至2岁的幼儿,伤情普遍较为严重。陈振兵主任建议,家长带着孩子乘坐手扶电梯时要格外小心,特别是在上电梯与下电梯的两端,因为惯性作用较容易出事故。他特别提醒,电梯两端的齿梳及扶手之间有细小缝隙,一般成人的手很难放入,但小孩手指细小,加之好奇调皮,容易被卡住卷入导致伤害。

中国跃居全球最大冰淇淋市场 伊利销量稳居第一

本报讯(通讯员 崔亚芳)近日,知名市场调研公司英敏特(Mintel)公司发布的一份市场调研报告显示,中国首超美国成为全球最大冰淇淋市场,2014年中国冰淇淋销售总额达到114亿美元,几乎相当于全球销售总量的1/4。而尤为值得注意的是,中国冰淇淋品牌销量排名显示,不仅伊利继续稳居销量第一桂冠,成为中国真正卖的最好的冰淇淋品牌。

人均消费远低于美国 中国冰淇淋市场空间广阔

虽然从总量上,中国已超越美国成为全球最大冰淇淋消费国。但从人均来看,实际上美国仍然比中国人均的4倍

还多,由此来看,中国冰淇淋市场仍然有广阔的空间。

英敏特公司预计,2015年中国冰淇淋消费量将达63亿升,销售额达125.4亿美元,美国则预计为114亿美元,中美的差距将会进一步拉大。

同时,正如英敏特全球食品研究分析师Alex Beckett所言,“中国冰淇淋消费增加主要得益于中国人收入增加”。中产阶级的崛起,也为中国冰淇淋市场的发展带来了全新的机遇。

据报告显示,中国中产阶级对有机冰淇淋的兴趣正在逐步提升,超过六成的中国中产阶层曾买过蔬菜口味冰淇淋。这透露出,以有机冰淇淋为代表的中高端产品,将成为冰淇淋市场扩展的重要新增增长点。

而事实上,在市场所售产品中,高档产品也一直在呈现持续上升态势,这也意味着,中国冰淇淋产品已然从群雄逐鹿,走向以品牌和品质为主要竞争手段的精细化阶段。

立足消费者需求 伊利发力中高端产品

风向已来,市场龙头往往有着最敏锐的洞察。

今年3月,伊利正式发布了全新高端产品——“甄稀”系列冰淇淋产品,以“臻品原料、美味现制、品质保证”三大核心为卖点,进一步吹响了伊利剑指中高端市场的号角。

而该产品,实际上就是伊利深入洞

察市场,精准研究消费者冰淇淋全新消费需求的重要成果。同时,这也正是伊利连续22年位列中国冰淇淋市场行业产销量第一的秘诀所在。

据了解,在牛奶类冰品市场消费需求更加细分的大背景下,未来还将逐步引领更多系列产品向高端市场发展,真正实现伊利高品质品牌形象目标。

业内人士介绍,多年来,伊利立足消费者实际需求,以全球创新网络为支撑,陆续打造了巧乐兹、伊利牧场、冰工厂、甄稀等多样化且具备鲜明产品特色的冰淇淋子品牌,至今累积上市产品1000余种,占据了冷饮市场的主要份额。