

得益于平时接受过应急救护训练

地铁工作人员合力救回乘客生命



△武汉市公安局新洲区分局的90余位民警接受红十字初级救护员培训。 通讯员邱琪 供图

◁宋庆为车站员工进行急救知识培训。 通讯员产启斗 摄

武汉晚报讯(记者刘晨玮 通讯员邱琪 产启斗)“一个多月前,能成功抢救一名‘三无’乘客,得益于我们接受过的应急救护训练!”27日,武汉地铁6号线三眼桥站值班站长宋庆正在对车站员工进行救护培训。结合自己的急救经历,宋庆在现场分享经验和亲身体会:“掌握救护技能,人人都能助人。每一次培训、每一次实操考核都给挽救生命提供了更多可能性。”

11月19日,地铁6号线列车内,一名男乘客突然晕倒,没有意识、没有呼吸、没有心跳,宋庆跪地对乘客进行心肺复苏,其同事同步使用AED(自动体外除颤器)实施电击除颤,地铁工作人员合力救回乘客生命的事迹在全网走红。

2012年,宋庆进入地铁集团担任站务员,在工作中,不仅要定期学习专业技能知识,还要学习急救知识,分列出不同应急工作处置流程并

进行验证。2016年,宋庆走上值班站长岗位,年底进驻6号线参与新线开通工作,其中一项工作就是参与编制应急预案,和同事们一起学习基础急救技能。

“11月19日,当乘客发生意外时,我作为现场第一处置人,第一时间想到的就是‘一三五’应急救护体系相关流程,立刻开始按流程操作。”宋庆告诉记者,正是平日工作中注重急救流程和基础技能的培训,才能在这次急救事件处置工作中做到快速高效、配合默契,所有地铁工作人员同样做到“会救、敢救”,在黄金救援期把乘客救回来,也未对行车造成影响。

武汉地铁运营有限公司相关负责人介绍,目前,地铁线网303座车站均配有急救箱、AED、便携急救包,所有救护设备纳入车站应急物资管理,武汉地铁取得红十字救护员证书的人数超过2400人,宋庆就是其中一员,他

们会定期接受红十字会组织的应急救护专业知识的培训。

在武汉,各种应急救护培训演练已成常态。

12月23日,武汉市公安局新洲区分局的90余位民警接受了红十字初级救护员培训。“身体再往前倾,肩部、肘、腕在同一条直线,利用上半身力量垂直向下按压……”现场,市红十字会应急救护培训师手把手指导,讲解外伤、气道异物梗阻等常见意外发生后的处置方法,并分组对学员开展模拟气道异物梗阻急救训练,进行心肺复苏、AED使用、外伤止血包扎等实操学习。

近年来,武汉市高度重视应急救护培训工作。市红十字会有关负责人介绍,2024年,“应急救护培训”工作再次被列为市政府民生实事项目,旨在增强自救互救技能,守护群众生命健康。一年来,组织开展了应急救护师资培训班,培训师

资力量,积极开展红十字应急救护培训“六进”活动,重点行业、重点领域培训覆盖面有效扩大,应急救护培训工作社会效益逐步显现。同时,市红十字会积极整合资源广泛宣传,持续提高群众参与度,多种方式开展急救知识普及,在全市范围内逐步形成“人人学急救,急救为人人”的文明新风尚。

【数读】

背景数据

全市完成应急救护取证培训3.1万人。
线下普及宣传累计培训9.7万人次。
运用新媒体形式累计开展普及及应急救护知识18.4万人次。

服装电商小妹刘格:

把汉正街服装卖到10多个国家

2024年,我的电商事业快速发展,服装销量从去年的30万件增长到今年的50万件,收入增加了四成。从线下卖衣服,到线上卖“时尚”,我借助电商平台将服饰远销俄罗斯、哈萨克斯坦及东南亚地区,还出口到了日、韩等潮流前线。

虽然我今年才28岁,却是汉正街较早一批从事电商的“老人”。5年前,我将父亲打拼了20多年的服装档口“依王”搬上了互联网。

线下店铺和线上网店运营方式不同。我们家以前在线下做源头批发生产商,至少要提前一个季度生产,向二级市场铺货。但网店却是当季消费,如冬天就卖羽绒服,夏天卖短袖,需对市场有敏锐的嗅觉。

今年,《玫瑰的故事》在电视上热播,其中有一段男、女主角爬上山顶的镜头,令不少网友泪目。

我在追剧时,意识到女主角穿的

这件黄色冲锋衣,极有可能是爆款。于是,我当天晚上联系布匹商预定面料,连夜召集团队里的4名设计师着手设计。一个星期后,我们的产品抢先一步上架直播间,结果短短3个小时就销售了2000多件。到现在已经销售了8万件,占了我们全年销售额的六分之一。

互联网平台打破了线下店铺的地域限制,让我们的服装不仅销往全国,还远销海外10多个国家。

其实,我不懂外语,也不懂外贸,是电商平台帮助我实现了将汉正街服装卖全球的梦想。当海外网友在平台下单后,我们接到的是看不懂的外文地址,有俄文、日文、韩文……我们只需将外文地址输入到电商提供的快递平台,平台会自动识别目的地,提供对应的中转仓。如客户是东南亚的,我就邮递到广州,中转仓会进行二次转运,跨境送到海外客户手中。

如今,与我合作的主播有20多人,其中不乏粉丝量超百万的带货达



刘格正在直播。

记者张衡 摄

人。头部主播选货看中服装设计和质量。互联网很浩瀚,其实也很小。谁家出爆款、谁家产品好、客户评度高,平台上一目了然。

在互联网上卖时尚,在汉正街卖全球,5年时间,我店铺服装销量增长了50倍。明年将是又一个新起点。

记者张衡 整理