

# 侯寨水厂输水管道施工生态廊道苗木“搬家”

## 完工后全部进行绿化恢复

侯寨水厂  
日供水10万吨  
满足市区南部用水

为满足郑州市南部区域发展需求,解决二七区运河新区、侯寨乡等南水北调干渠以南区域城市用水问题,提升市区南部区域内基础设施承载能力,提高城市供水安全,我市开建了市重点工程侯寨水厂。

侯寨水厂建设供水规模为每日10万吨,包括新建取水泵站一座,中途提升泵站一座,净水厂一座及配套建设,敷设原水输水管道29.61公里,配水管网10.78公里。沿线需埋设D1200-1400管道,埋深4米。施工采取开挖方式(过路口顶管),工期为120天。

输水管道始于高新区石佛沉砂池,沿莲花街、西四环、南四环、经鼎盛大道至侯寨水厂铺设。

本报讯 昨日,记者从市园林局召开的新闻通气会上了解到,日供水10万吨的侯寨水厂,施工时将占用生态廊道。

目前正是绿化季节,施工单位将对施工区域内的苗木进行移植。郑报融媒记者 王军方

### 铺设输水管道 临时占用生态廊道

侯寨水厂输水管道施工需临时占用西四环、南四环等生态廊道,此次移植需占用绿地面积75560平方米,绿地内所有乔木均需移植,此次主要涉及中原区和二

七区的生态廊道。其中,中原区,沿西四环西侧,由化工路至中原西路,管线长度3.9公里,占用廊道长约1.5公里,宽20米,面积约3万平方米;二七区,沿南四环

东侧,由长江路至侯寨水厂及航海西路与郑少高速连接线两侧绿化带,管线长度11公里,占用廊道长约2.7公里宽15米,面积约45560平方米。

### 施工单位配合园林部门 确保移植成活率

“我们将最大限度地优化施工现场,尽可能少占用绿地面积。目前正是绿化季节,适宜苗木移植。我们

将积极配合园林部门,制订详细移植方案,确保成活率,输水管线建成后将全部进行绿化恢复。同时,严格

按照大气污染防治要求,对移植后的场地及时硬化或增设防尘设施。”这位负责人说。

### 工厂化预制 装配化施工 107辅道快速化项目刷新“郑州速度”

本报讯 昨日,全省装配式建筑工地信息与标准化示范项目现场观摩交流会在郑州东三环(107辅道)快速化项目召开。

所谓装配式建筑,通俗讲就是工厂化预制、装配化施工,像搭积木一样建桥造房。这次观摩会目的是通过开展标准化示范活动,推行样板引路制度,达到巩固工程质量治理两年行动成果,发挥优质工程的示范带动作用,推进质量管理标准化,构建质量管理长效机制,从而提升全省市政工程建设质量水平。

作为全省首个采用PPP模式投资建设的特大型、示范型市政项目,东三环(107辅道)快速化项目在箱梁环节大规模使用装配化施工工艺,实现了当年签约、当年开工、当年部分通车的目标,在市政建设领域刷新了“郑州速度”,走在全省前列,发挥了示范带动作用。

郑报融媒记者 冉小平

# 劲销21.7亿 乐视414电商节展露生态魅力

4月15日,乐视公布414生态电商节全程战报。截至4月14日24时,乐视全生态成交额突破21.7亿元,其中乐视超级电视总销量突破38.6万台,超级手机突破44.7万台,乐视会员总销售额超过5.8亿元,智能硬件总销量超过148.2万件。

414电商节的成功,表明乐视ESSP平台线上(乐视商城)+线下(LePar)生态O2O模式的领先性,正在引领着零售革命的到来。李冬生 陶方凤



### 从O2O体系到立体化运营 乐视加速零售模式革命

2016年,乐视打造的414电商节让消费者第一次体验到“硬件免费”。今年414电商节的火爆,印证了乐视从用户服务到智能硬件得到广泛用户与市场的普遍认可。

公开数据显示,截至2016年底,乐视超级电视累计销售超过1000万台,乐视超级手机超过2000万部。乐视生态销服平台总裁张志伟曾表示,今年414电商节,乐视拿出产品线上7%到10%的营收回馈用户,对于刚刚经历资金链紧张的乐视来说,这已经是十足的诚意。这种诚意在买会员送硬件之外,还体现在价格减免、服务绑定以及会员套餐叠加等一系列政策上。

据介绍,乐视生态销服平台目前除了拥有以线上商城和覆盖全国的LePar实体店为核心构成的自有O2O体系,也整合其他成熟的第三方渠道为辅助,实现全渠道传播、营销与服务的立体化运营。有业内人士表示:“乐视在去年底搭建的生态销售服务平台,不但实现全渠道同价,更实现线上、线下、客服与售后的融合,现货+预售模式让产品直达用户,持续满足用户的需求,这场乐视发起的零售模式的革命,将对乐视及行业未来产生深远影响。”

### 乐视414推“买会员送硬件” 打造标杆意义的电商节日

今年乐视打造的414电商节,在全生态全商品参与的基础上,还与多家外部合作伙伴牵手,打造更多的促销玩法和更大的优惠力度。在补贴力度上,乐视今年拿出产品线上7%到10%的营收回馈用户,希望打造新零售浪

潮下具有标杆意义的电商节日。从4月14日0点到24点,乐视超级电视、超级手机、超级自行车、酷派手机等全生态智能硬件,以及易到、网酒网、乐视金融等产品,全渠道全天开放。此外,今年414还在中国香港、美

国、印度和俄罗斯同步开启。今年414电商节不仅延续了去年“买会员送硬件”的政策,同时还有“买硬件送硬件”、限时秒杀、直降、超低折扣、买赠等多种优惠方案。以超级自行车为例,消费者在乐视商城购买价值

5999元的超级自行车,可获赠1499元的专业4k运动直播相机一台;购买3999元的超级自行车,可获赠799元的运动直播相机一台。此外,用户还能享受到定金翻番、领乐豆抵现金、全场免邮等一系列优惠福利。

### 乐视会员收入5.8亿 满足用户内容资源需求

截至4月14日24时,当天会员总销售额突破5.8亿元。和以往硬件相对独立地捆绑影视会员或体育会员不同,今年乐视推出了会员套餐,包括超级影视会员+超级体育会员的“超级会员套餐”,以及超级影视会员+CIBN会员+华数会员的“Open

Eco会员套餐”。会员套餐的推出,让内容集合变得更为庞大,也更满足会员对于内容资源的需求。

对于乐视来说,会员服务是整个生态体系的核心,也正是因为有着一整套会员服务体系,才让乐视打造的“买会员送硬件”

模式颠覆了传统商业模式。目前,乐视影视会员不仅可以独享数十部接档院线大片和数百集的独播大剧,还有海量英剧、美剧等高品质影视资源;乐视体育虽然失去了中超及亚冠版权,但体育会员依然能享受到英超、欧冠、F1、网球等海量赛事资源,同

时乐视会员还能享受到包括易到、网酒网、乐视金融在内全生态服务的优先特权。业内人士认为,此次会员收入再创新高,体现了乐视在会员运营领域成效突出的同时,更为乐视今后针对会员群体尝试更多的运营方式提供了可能。