

新西兰震后搜救3月1日继续。官方确认死亡154人,总数预计可达240人。当地时间1日12时51分,新西兰举国默哀两分钟,悼念克赖斯特彻奇地震遇难者。



3月1日,新西兰总理约翰·基(前左)在克赖斯特彻奇市中心艺术中心门前为地震死难者默哀。

## 这一刻,新西兰举国同悲

当地时间1日12时51分,总理率民众为地震遇难者默哀两分钟  
许多中国留学生在坎特伯雷电视大楼内丧生,建筑质量遭质疑  
政府承诺:我们需要弄清问题出在哪里



3月1日,中国救援队队员与各国救援队员一起在新西兰克赖斯特彻奇市中心艺术中心门前为地震死难者默哀。

### 中国救援队为死难者默哀

由10人组成的中国救援队2月25日抵达克赖斯特彻奇后,立刻在地震重灾区投入工作。中国救援队队长赵明说:“我们深深地为遇难者惋惜,也一定会竭尽所能做好救援清理工作,让这座城市尽早恢复正常运作。”  
在中国驻新西兰大使馆克赖斯特彻奇抗震救灾处理中心办公室内,眼中布满血丝的中国外交官放下手边紧张的工作,低头默哀。身处新西兰众多城市的华侨华人和留学生也在这一悲伤时刻自发默哀,共同缅怀死难者。

### 又挖出4具亚裔尸体

连日来,官方不断更新遇难人数。1日最新确认遇难人数定格在154人。

按官方说法,这一数字依据找到的遗体数,未纳入失踪者,所以死亡人数可能进一步上升。

警官戴夫·克利夫1日说,大批失踪人员依旧下落不明。他在谈及这场地震的死亡总人数时说:“我们需开始考虑的数字是大约240。”

克利夫没有提供失踪者确切人数。

2月28日,来自中国的搜救人员又在CTV大楼挖出了4具亚裔尸体,分别是3女1男。

数十名来自日本、中国、菲律宾等地的留学生可能还埋在市中心坎特伯雷电视大楼废墟下。

总理约翰·基1日告诉记者,搜救仍在继续,但已“不可能”在坎特伯雷电视大楼内找到幸存者。

### 全国为逝者默哀两分钟

总理约翰·基呼吁全国民众在震后整整一周之时停下手头工作,为逝者默哀两分钟,“以示团结”。

3月1日当天,新西兰全国降半旗志哀。

当天12时51分,即一周前地震发生那一刻,教堂钟声敲响,克赖斯特彻奇城内警察、政府官员和居民静默站立,一些人低下头,一些人紧抱亲友。正在废墟中搜寻的搜救人员停止工作,低下头,一起默哀。

“我们损失生命,城市遭到破坏。这将是一个令人伤感并伤痛的时刻。”克赖斯特彻奇市市长鲍勃·帕克在默哀前说。

部分移居海外的新西兰人自发聚集。在英国,一些来自克赖斯特彻奇地区的人们相约见面。按他们的话说,就是想“喝点酒,吃点咖喱,再哭一场”。

一些网友将自己在社交网站“脸谱”的页面底色改为黑色和红色。他们说,这是克赖斯特彻奇的代表色。一些旅美新西兰人1日开

始为家乡筹备募捐。

### “我们需要弄清问题出在哪里”

克赖斯特彻奇去年9月遭遇一场里氏7.1级地震,约10万座建筑受损,没有人员死亡。当时的“零死亡”为媒体称奇。

不过,这次地震有不少人压在建筑废墟下。一些媒体质疑当地官员对去年一些建筑因震受损视而不见,任其继续使用。

行政当局2月28日回应,承诺调查这一说法是否属实。

“我们希望大家提供所有掌握的建筑信息。”市长帕克当天告诉媒体记者,“但我收到任何有关那些建筑因去年9月4日地震受损的信息了吗?没有。”

总理约翰·基说,政府将调查在地震中坍塌建筑如何在去年地震后通过安全检查。政府承诺向公众发布调查结果。

“许多人、许多留学生在坎特伯雷电视大楼内丧生,我们需要弄清问题出在哪里。”他说。

### 地震使新西兰经济陷入衰退

3月1日,克赖斯特彻奇受灾程度较轻地区的一些商铺重新营业,公共交通、电力、供水、邮政服务部分恢复。

尽管如此,这座城市承受破坏性打击:市中心至少三成建筑需要重建,约6000商铺停业,企业开始裁员,游客数量锐减,数以千计民众离开并表示不再回来……

美联社报道,政府部门考虑建立一个临时商业中心,一些人提议永久性“搬迁”原有商业中心。

新西兰最大连锁超市之一“食品超市”宣布在克赖斯特彻奇两家门店裁员236人。消费减少等因素促使一些商家担心能否继续支付员工薪水。

新西兰财政部长比尔·英格利希1日告诉新西兰广播电台,地震可能迫使新西兰本不景气的经济陷入衰退,令“去年6月至今年6月的经济增长率近乎为零”。

一些经济师分析,新西兰中央银行下月可能下调利率,促进内需消费,拉动经济增长。

克赖斯特彻奇人口约35万,是新西兰主要城市之一,经济活动占全国国内生产总值的15%左右。约翰·基2月28日说,半年来两次强震使新西兰蒙受损失约200亿新西兰元(约合150亿美元)。

## 海尔:品牌决定高度

近日,“全球第一 领先共赢-2011年海尔全球领先产品与商业模式发布暨客户共赢会”拉开了海尔绿色家电春季推广的序幕。

新春刚过,数千中原家电精英齐聚本次会议,共谋海尔2011年发展大计,让众多业内人士不得不对海尔品牌的巨大影响力惊叹不已。

海尔品牌的影响力,首先表现在其不断提升的全球市场地位。根据世界权威市场调查机构欧睿国际(Euroonitor)发布最新的2010年全球家用电器市场调查结果显示:海尔品牌在大型白色家电市场占有率为6.9%,再次蝉联全球第一,同比提升1.8个百分点,而海尔在冰箱、洗衣机两大产品分别以市场销量占比12.6%、21%继续蝉联全球第一。海尔酒柜制造商与品牌零售量占全球市场的148%,首次登顶世界第一。

海尔品牌的影响力,更体现在其全面走向世界的探索步伐。近年来,作为中国家电业的领军品牌,海尔充分利用诸多“全球性舞台”展示了“中国创造”的魅力。2008年北京奥运会白色家电赞助商;美国NBA全球合作伙伴;2010年上海世博会美国馆、新西兰馆、意大利馆官方

赞助商和中国山东馆合作伙伴;结缘央视,以2010南非世界杯为舞台的“世界杯营销”……通过这一系列品牌提升的大手笔,海尔向全球消费者展示了全球化品牌形象和“创新、智慧、环保”的品牌和产品实力。

海尔品牌的影响力,还在于引领中国家电业的发展方向。早在2006年,海尔就敏锐地捕捉到现代家电消费成套化需求,成功将整套家电这一全新消费理念导入到中国家电业。而当国内同行还在同质化的价格战中厮杀时,海尔就悄然在绿色家电领域发力,抢占了低碳经济的先机。近年来,海尔更是踏上由制造业向服务业的转型之路,旨在成为全球领先服务引领下的美好住居生活解决方案供应商。正是这种领先他人一步的前瞻性发展思路,让海尔一步步深入到消费者的心中,铸就了品牌的丰碑。

2010年,海尔品牌价值已跃升至855亿元,连续9年蝉联中国市场最具价值品牌榜首。其强大的品牌影响力,凝聚了千万消费者的信赖。这无疑就是海尔吸引中原千商云集的最大“磁力”。

朱江华

### 相关 失踪者家人质疑大楼质量

记者2月28日在克赖斯特彻奇的市中心巡城发现,CTV大楼是整个市区损毁最严重的建筑物。由于地震频繁,新西兰有专门的建筑法,对建筑质量有非常高的要求。像CTV大楼这样在地震中严重坍塌的案例,以往在新西兰几乎没有发生过。因此,不少失踪人员家属对建筑本身的质量问题表示了强烈质疑。

失踪学生之一李得的父亲李新安对CTV大楼的建筑质量提出质疑。他表示听说CTV大楼在去年9月份的7.1级地震中就变得有所松动,但没有人去进行维护。他提出这样的疑问:“周围的楼都是好好的,为什么只有这栋楼房倒了?”在记者追问时,克赖斯特彻奇市市长鲍勃·帕克打起了太极,“我暂时没有听说过这座建筑有安全隐患,如果有进一步的消息,我会通知你。”

未来几天,记者将继续调查CTV大楼的建筑质量问题。

### 档案 CTV大楼

6层高的CTV大楼建于上世纪80年代,是当地坎特布雷电视台所在地,其中第3层就是国王教育学院的所在。2月22日12时51分地震发生时,20多位中国留学生刚下课,正在第4层的餐厅吃随身带来的盒饭,因此大部分中国学生都被压埋在这里的废墟之下。CTV大楼也成为这次地震中坍塌最严重的建筑,大部分遇难者和失踪人员都被怀疑掩埋在此。

据新华社电、3月1日《广州日报》