

飞机上为抢占行李架

4中年女子与外籍夫妇互殴 外籍女遭水杯砸,外籍男子头发被拽住拖行

5日上午10时11分,网友Caloriem发微博称,4日21时55分,他在从西双版纳飞往昆明的PN6216班次航班上遇到惊险一幕:4名中年女子与一对外籍夫妇,在飞机起飞前几分钟斗殴,最终导致航班延误。涉事的航空公司工作人员证实确有此事。工作人员称,经乘务人员和机场警务人员协调处理,4名中年女子最终赔偿外籍夫妇300元钱了事。



从网友微博的照片中看到,几名中年女子站在一位身穿蓝色制服的警察身后,面对着一位金发男子和另一名中年女子。

目击者:中年女用水杯砸外籍女

5日,发微博的目击者蒙先生说,当时他坐在19排B座座位上,起飞前10分钟,有人在机舱内争执,起身便看见15排C座的女子拿起还装有水的PVC水杯,砸向斜后方16排D座穿旗袍的女子,被打的女子冲过

来扯住对方头发,“与扔水杯女子同行的另3名女子立马站起来帮忙”。

“坐在旁边座位上的金发男子看到穿旗袍女子被打,连忙上前劝架,双方就这样打起来了。”蒙先生介绍,撕扯过程

中,金发男子还曾被对方拉着头发往后拽,拖行了几步。此后不到一分钟,乘务人员赶来劝架阻拦。

最终在警务人员的调解下,双方选择下飞机调解,约3分钟后,6人重新回到座位。

知情者:双方曾因上车延迟起口角

事后,坐在20排B座的知情人士介绍说,金发男子是外国人,与被打女子是夫妇关系,打架的当事双方同为一个旅行团的团员。

打架事件发生当天中午,旅行团一行在西双版纳当地

一家饭馆吃饭,金发男子因饭菜不合口味,和妻子去超市买牛奶,最终耽误上车时间。

该知情者称,其他旅客在车上等了10多分钟后,金发男子和妻子才上车,“当时4名中

年女子在车上等得非常不耐烦,一直在抱怨金发男子夫妇晚到的行为,看到他们回来,骂了几句,双方就吵了起来。”

最后,在旅行团其他团员劝解下,双方停止争吵。

工作人员:双方因使用行李架起冲突

5日下午,该航空公司一位知情的工作人员介绍说,关于11月4日PN6216航班乘客冲突一事,经查证:在乘客登机过程中,有旅客因行李架使用原因发生冲突,当班乘务长及

乘务员第一时间进行劝导处理未果,为不耽误其余旅客行程,移交机场公安现场处理。

经机场公安现场调解,协调冲突双方达成赔偿一致意见。工作人员同时表示,起冲突

原因在于,当事双方都想把行李放在行李架上的同一位置,争吵发生后又引发了肢体冲突。

该工作人员说,双方达成赔偿协议,4名中年女子赔偿外籍夫妇300元钱。据《云南信息报》

浙江高楼天降避孕套 砸裂轿车玻璃

网友调侃车子质量太差



2013年11月5日上午8时30左右,浙江建德,一住在高楼里的缺德人竟然将一只装满液体的避孕套从高处往下扔,正好砸到停靠在市天和门诊部门口一辆雪佛兰轿车的前挡风玻璃上,造成整块玻璃出现蛛网状裂缝,至少要损失近千元。事发后车主叶师傅马上报警。他希望能够找到丢避孕套的那个人,对其进行批评教育并索要赔偿。本报综合

网友吐槽

嵇鸡鸡:这不科学……无数生命跳楼自杀就砸坏一个玻璃?? 孩子们的力量果然强大。

刘源 Tyrael: 赶快拿去DNA鉴定寻找元凶。

0少爷他爹:一定是结石!

斯基:不能承受的生命之轻。

雪斋随笔:这个的主人是纯爷们啊!

诺代驾:估计这避孕套是塑钢做成的吧? 这什么牌子的肯定火了,而这车就悲剧了,质量太差!

销售目标100亿 再祭“超级0元购” 11月8日起O2O模式让郑州市民实现“无界购物”

互联网时代要打价格战更要打模式战



最近,苏宁人很忙。先是公司架构调整,从苏宁电器更名苏宁云商;再是实现线上线下同价,紧接着推出苏宁云台,突破价格和商品的壁垒;后又拿下基金销售结算许可,抢滩理财市场;申请苏宁银行域名,酝酿筹备民营银行;战略投资PPTV,争夺首批虚拟运营商牌照,布局移动互联网入口;O2O购物节期间还将推出移动社交应用——苏宁云信。

采访中了解到,除了加快布局O2O多屏入口,处理互联网技

术的门店端、PC端和移动端外,苏宁还将苏宁无线、苏宁阅读、苏宁云盘、苏宁云同步等苏宁云应用深度植入到每年销售量上亿台的PC、平板电脑、智能手机和智能电视当中,同时在视频、游戏、音乐、电子书等内容载体中植入苏宁经营的商品和服务。

“一系列大动作,让人应接不暇,也向外界表明了苏宁转型互联网零售的决心。正是在上述一系列铺垫之下,苏宁建立了O2O模式标准,从而推出第一届O2O购物节。商品统

一,价格统一,促销统一,支付统一,服务统一。”苏宁云商总裁金明称,苏宁式O2O实现的是“无界购物”。

“O2O购物节首要核心便是O2O,现在很多商家都在喊O2O,但没有几个是真正的O2O。”金明说,大部分商家都是借O2O之名,行促销之实。“做O2O必须满足两个条件,一个必须拥有两个0的渠道,也就是同时在线上和线下都拥有自身能够掌控的渠道,这是做O2O的最基本前提。另外一个

是必须实现两个0的无缝协同和高度融合。为了完整推进O2O模式,苏宁已经进行了至少为期一年的充分准备。”

“在过去传统零售时代,商家都是打价格战,现在在互联网时代,苏宁认为既要打价格战,更要打模式战,让全新的O2O互联网零售模式去挑战传统零售和传播电商模式。”金明认为,这次O2O购物节是苏宁推进互联网零售战略,引领行业探索O2O模式的一次全面系统的大练兵。

今年以来,苏宁从云商模式的推出、双线同价的持续实施,从流量到移动入口的争夺,再到O2O模式的建立,成为率先推动O2O互联网零售模式的先行者。相关专家分析,随着O2O零售模式逐渐深入人心,今年“双11”有望从单边的网购节走进线上线下融合的O2O购物节的新时代。从11月8日,一场引领中国零售变革的促销战役即将打响。
郑州晚报记者 樊无敌

双11促销苏宁强势冲击市场份额

河南苏宁总经理钱成建介绍说,针对首届O2O购物节,苏宁通过双线“超级0元购”、“千万台爆款机型”、“易付宝充100元送100元”、“OVO双线视频大团购”、“拉帮结派送千万现金红包”等活动为消费者打造一个覆盖全品类且全渠道共享的狂欢购物节,同时苏宁云台目前已入驻的6000商户也将携100万新增商品SKU全线参与。此次O2O购物节,苏宁预期实现100亿的销售规模。

“此次O2O购物节苏宁早在10月上旬就由集团高层拍板决定。苏宁门店零售和电商渠道的采购体系、市场体系和服务体

系,在产品货源、促销资源、宣传推广、物流配送等方面提前筹备,在10月底已与国内外上千个品牌签订采购协议,完成全部货源的储备,数万款市场主流畅销商品全部参与到双11促销当中,总体货源储备超过200亿,通过规模采购优势和成本集约优势确保市场价格绝对优势。”钱成建介绍说,在活动方面,苏宁再次祭出“超级0元购”的大杀器,双线同步推出“买多少返多少全场通用券”。11月8日~11日,苏宁还将联合PPTV国内首创OVO(online video offline)互动视频购物,每天推出八款惊喜爆商品,在经过商品价格、功能、

特色等介绍后,消费者可以通过在线页面、门店视频团购区、移动端页面以及电话购买等多种参与形式团购相应商品,届时,苏宁将根据团购数量以阶梯价格进行销售。

“在服务方面,为保障O2O购物节期间商品配送的及时性,苏宁从国庆后,就针对本次O2O购物节进行了大量的服务队伍优化建设。”钱成建说,苏宁在客服、快递等一线岗位进行了5倍以上的人力和运力储备,同时1600家门店也做好了相应的预案,随时应对购物节带来的订单高峰,在O2O购物节期间专门推出了自提返5元

的现金通用券的奖励,这也是苏宁O2O带来的服务保障。

电商和实体零售是互补的关系,而不是替代的关系,从消费者的体验出发,未来的零售一定是让消费者享受到融合线上线下、“鱼与熊掌兼得”的O2O模式。家电专家罗清启指出,“首届O2O购物节苏宁是有备而来,各个环节的准备非常充分,商品品质有保障,价格优惠,服务贴心,达成100亿销售任务自然水到渠成,对市场份额也将形成巨大的冲击,有望成为加速中国零售业O2O模式全面推进,引领消费升级的标志性事件。”