



7月20日,医务人员和警察在爆炸现场处置。新华社图

回坊

男子多次喊“躲远点,我有炸弹”

“那个男的多次喊着‘躲远点,我有炸弹’。”首都机场T3航站楼B出口旁一商铺店员回忆称,20日事发前一个小时左右,她看到一乘轮椅男子出现在航站楼大厅。其间,该男子曾从随身带的布袋中掏出传单,试图向过往到站的旅客散发,但被出站口附近的安保人员阻止。

随后,该男子手持白色瓶状物在出口处喊,“躲远点,我有事说,我有炸弹”,但现场并无人员理会。该店员称,当男子引爆炸弹时,出口处旅客很少,该男子还多次提醒过往人员与其保持距离。现场一名保洁人员证实,事发前,也曾听到男子喊“躲远点”。

# 东莞回应首都机场爆炸案 重新核查冀中星是否被打致残

记者21日从山东菏泽市有关部门获悉,首都机场3号航站楼爆炸事件当事人冀中星曾在广东东莞打工,后因伤残返回家乡。期间,曾多次向东莞市有关部门上访。

20日18点24分,首都机场3号航站楼发生爆炸事件,引爆者冀中星本人受伤,目前正在救治,未造成周围人员伤亡。初步核实,冀中星是山东菏泽鄄城县富春乡冀庄村人。

## 开摩的谋生,被打致残?

据菏泽市有关部门调查后介绍,冀中星曾在广东东莞市打工,以开“摩的”为业。2005年6月

28日,在驾驶一辆摩托三轮车拉客时,冀中星和其所拉的客人龚涛与新塘村治安队队员发生冲突,冀中星受伤致脊椎粉碎性骨折、下肢瘫痪。

为此,冀中星多次向东莞市有关部门上访。富春乡党委、政府得知冀中星上访事件后,组织人员到其家中慰问并了解情况。同时,富春乡还派出专人赶赴东莞,了解情况并协助调查。后经多方协商,2010年4月6日,东莞市公安局给了冀中星10万元。

## 20日外出,家人不知情

爆炸事件发生后,鄄城县

委、县政府连夜召开专题会议,安排县有关部门做好对冀中星家人的安抚等善后工作。

经菏泽市公安局初步调查核实,冀中星的家人称,对冀中星行踪并不知情,也不知道其如何获取的炸药。

冀中星父亲称,19日晚,儿子还在家中,20日一早发现离家,马上拨打了他的手机,冀中星在电话中回复“凌晨4点多钟时有事外出”,但没说明因何事外出、去哪里。冀中星的哥哥因为长期在外地打工,对此事也不知情。

关于冀中星如何前往首都机场以及如何获取的炸药,警方仍在调查中。

回应

## 是否被打残成争议焦点 东莞设专案组重查

东莞市委市政府21日对外回应了冀中星上访情况:冀中星曾3次上访,是否被殴打致残成为争议焦点。爆炸案发生后,东莞市已成立专案组,对冀中星反映的情况重新全面核查。

据介绍,冀中星是山东人,案发时没办东莞居住证。2005年7月8日,冀中星家属到东莞上访,称冀被新塘村治安队队员殴打致伤。后经法院审理认定,2005年6月28日凌晨,冀中星在厚街从事摩托载客(当时载乘客龚涛)行驶至新塘村治安队附近,与在路上巡逻

的治安队员陈汉华、陈梅庄发生碰撞,陈梅庄因跳上花槽未受伤,陈汉华被摩托撞倒,与冀中星及乘客龚涛三人倒地,并相继受伤。冀中星及龚涛均认为该案是受伤事故而非交通事故,其受伤是治安队员殴打所致。厚街镇公安分局解释,因整个过程没有其他路人围观,至今仍没有证据证明治安队员殴打冀中星、龚涛。

考虑到冀中星家庭困难,东莞市公安局曾出于人道主义给予冀中星救助金10万元,并保证今后不再上访。■综合新华社、新闻晚报

# 拉近心与心的距离 东风日产十年公益路

4月20日雅安地震发生的当天下午,东风日产出台了系列支援灾区的紧急措施,确保一切有需要的灾区民众以及车主们提供及时的救助响应。根据最新的数据统计,目前东风日产已经一对一确认雅安地区1558位车主的状况。

同时,针对本次受灾车辆,东风日产将予以免费维修,无法通过保险公司索赔的费用,将由东风日产全数承担。同时,10辆高性能SUV奇骏作为救援用车,它们将在当地政府的调配下奔赴灾区一线,参与现场救援工作。



“阳光关爱·助教未来”项目,针对山区、贫困、边远等欠发达地区的老师进行培训,从根源上改善教育落后的问题。

## 把安全理念送上门

对于道路安全理念的普及,东风日产的“高效化”坚持则表现得更加“固执”。

经过深入调研,东风日产发现对于社会公众来说,道路安全理念只是一个很模糊的概念。社会上进行的绝大部分宣传与推广都只是水过鸭背,很难真正被记住。

大多数企业都明白这一点,因此很多人对道路安全理念只是喊口号就偃旗息鼓。为了产生真正的效果,东风日产选择了一个“笨办法”——把安全理念送上门。

东风日产将道路安全理念及汽车安全知识,以体验、互动等创新表现方式集中呈现于“创新科技和安全驾驶体验馆”(简称NTSDF)上,并通过活动展台带到全国各地社会公众面前,把安全理念的体验送到公众的“家门口”。

东风日产副总经理任勇说,“社会责任应该发自内心的举动,而非做给别人看,说给别人听。我们希望东风日产每一个履行社会责任的举动,都是能带来直接效果,能够传递正能量,过去如此,未来也是如此”。

# 腾讯马喆人:一站式服务破解企业移动营销迷局

打开QQ浏览器,输入关键词“智能手机”,关于买卖宝的移动网站信息就十分醒目地展现在结果呈现的第一条。消费者点击进入后,广告推广信息有望即刻转化为购买力,这就是移动电商买卖宝在腾讯效果推广投放移动搜索广告带来的商机。

据了解,腾讯效果推广致力于为企业包括移动建站、投放、优化,以及跟踪在内的一站式移动营销服务,已助力众多企业成功突围。自2010年起,买卖宝就借助腾讯效果推广进行移动营销,拉近与消费者的距离,已成功辐射3000亿网购市场,成长为国内移动电商的领军品牌。

根据互联网女皇Mary Meeker发布的2013年移动互联网最新研究报告,目前全球移动互联网用户已达到15亿,2012年第二季度,中国移动互联网用户规模首次超过互联网用户规模。

另外艾瑞报告也显示,在中国大陆,2012年移动广告市场规模达到63.2亿元人民币,相比2011年上涨161.2%,而这一数字在2013年预计将达到102.7亿元人民币。

针对目前中小企业在移动营销方面仍发



力不足的现状,腾讯公司副总裁马喆人在“2013年腾讯效果营销中国行”大型营销会议上指出,“对于中小企业来说,移动营销专业队伍的打造、手机网站的建设维护、产品信息的有效推广等已经成为构建移动商务平台面临的三大问题。”

“腾讯效果推广深耕移动互联网多年,已积累了丰富的实操经验和实力。”腾讯搜索营销部总经理王晓峰表示,“我们通过大数据整合,在深入挖掘用户背景的基础上,为企业量身定制解决方案,提供包括建站、投放、优化、跟踪等闭环一站式营销服务,不仅有效节省了企业主的时间和精力,实现了企业广告的深度精准渗透,更在最大程度上帮助企业提升了ROI。”

“面对移动营销服务日益激烈的竞争态势,腾讯效果推广始终保持对科技的敬畏之心和对行业发展趋势的高度敏感。”对于腾讯效果推广的今后发展,马喆人说,“未来想要赢得移动营销战役的最终胜利,我们还需要不断提升数据整合和分析能力,并不断在产品的创新上苦下功夫。”

## 百雀羚以“草本产业链”诠释好品质“天然不刺激”

百雀羚虽然已走过80多年的风风雨雨,但在今天激烈的竞争中,仍然是民族品牌的典型代表,深受消费者的喜爱,有什么秘诀呢?答案是百雀羚提出了“天然不刺激”的品牌理念,并建立了“草本产业链”。

为把产品品质做到极致,将天然草本的理念最大化,从草本精华成分的创新提取到产品配方的精心研制,乃至产品包装,形成完整的“草本产业链”。在原料种植源头上,中国北纬30度以其独特的地理气候孕育了珍贵的草本



植物,草本多样性极其丰富。百雀羚未来将沿这条神奇的纬度带,寻找最适合草本生长的地方,建立草本种植基地并成立草本护肤研究院,进一步致力于护肤理念的研究和实践。在技术研发与工艺方面,为了防止传统蒸馏法和热水浸提法等提法在高温下破坏草本活性成分,采用“冷浸泡萃取技术”,最大程度保留草本精华成分的活性和完整性,确保其优异功效。在对品质的严格把关下,百雀羚所代表的草本护肤将更加受到消费者的欢迎和喜爱。

## 亲自为公益“跑腿”

与很多企业单纯向慈善机构捐款对比,东风日产的公益行动更愿意“亲自跑腿”。2008年6月,东风日产为支援汶川地震灾区重建设立阳光关爱基金会,成为国内汽车行业第一家设立专业基金会履行企业公民责任的合资企业。

以对边远贫困地区的教育支持为例。通常的企业多局限于简单的捐款或捐物,无法形成长期的效果,也难以满足受助对象的真正需求。而东风日产则不但做到“走进”,还注重“请出来”。

“走进”指的是东风日产深入我国的偏远地区,切实了解当地受助对象的实际情况,并进行有针对性的物资援助。如在西藏地区,由于当地自然条件的局限,学生并不适合进行户外活动。

许多企业的捐赠提供了简单的体育器材,事实上并没有派上用场。而东风日产针对这一情况,向珠峰脚下的巴松完小捐建了室内体育场,使当地的学生真正拥有了良好的活动场所。

而“请出来”,则是东风日产针对偏远地区师资水平普遍偏低的实际情况,向教育落后地区提供教师培训的机会。

2009年7月,阳光关爱基金会正式启动了