

# 75岁娱驰溺亡烈士公园跃进湖

## 死者女儿:本想陪妈妈过节 法医鉴定排除他杀嫌疑

本报5月11日讯 今天早上6点多,市民发现一名老人浮在湖南烈士公园东门附近的跃进湖上,打捞上来时,她已经没了生命迹象。随后赶到现场的欧阳女士泣不成声,“妈妈昨天挂了我们的电话,一整晚没回家,没想到……”

### 75岁娱驰人工湖溺亡

“湖面上漂着一个人!”今天早上6点,几名在烈士公园晨练的市民,突然发现跃进湖上漂着一个人,公园保卫科工作人员和长沙市公安局开福分局第二治安大队民警随后赶到现场,利用竹竿和挂钩将她打捞上岸。老人此时已经没了生命迹象。

记者闻讯赶到现场,事发点距

离烈士公园东门50多米,跃进湖四周有警示标语,以及石柱、铁链等相关防护措施,防止市民意外摔到湖内,但铁链中间存在空隙,不能完全阻绝市民靠近湖面。

经法医鉴定,排除了他杀的嫌疑,办案民警介绍,“死者姓李,75岁,发现时已经溺亡几个小时了,身上没有遗书,只有一张身份证,显示是长沙本地人,暂时还不能确定是自杀还是意外身亡。”

### 还没来得及过母亲节

事发一个小时左右,死者的女儿欧阳女士便来到了开福公安分局第二治安大队。50岁的她一脸憔悴,双眼红肿,凌乱的头发夹杂着黑白两色。在确认死者就是

其母亲后,欧阳女士情绪显得很激动,泣不成声,在身旁亲人的搀扶下,才勉强站立。

“昨天妈妈挂了我们的电话,我就发现有点不妙,结果我们赶过来时,她就离家出走了。”欧阳女士一边捶胸顿足一边自责。

她说,“妈妈家就住在公园旁,每天早上都喜欢去烈士公园锻炼身体。昨天没找到人,今天一早就到这里找,没想到……本来还想着,子孙满堂了,亲戚们一起吃个晚饭,来过一次母亲节。”欧阳女士介绍,母亲平时身体不错,还能照顾患病的父亲,而此次老人突然离家且出了意外,她们也想不明白原因。目前,警方正在对此事展开进一步调查。

■三湘华声全媒体记者 曾轶

### 提醒

#### 阴雨天,湖边晨练小心路面湿滑

近日,湖南迎来今年入汛以来局部强度最大、影响范围最广的一次降雨过程。记者在绕湖边走时,部分路段的路面已长满青苔,遇上雨水后,会变得十分湿滑。湖南烈士公园保卫科工作人员介绍,“去年也有老人在湖内溺亡,每到汛期,我们也会加强巡逻。”烈士公园办公室李女士提醒,“市民在阴雨天锻炼、游园时,最好不要太靠近湖边。”

### 回顾

#### 近年来溺亡事件

●2013年5月27日早上6时许,在湖南烈士公园年嘉湖湖面上发现一具女尸。通过法医鉴定,死者大约70岁,初步确定为溺水身亡。

●2013年5月10日下午5时,在湖南烈士公园年嘉湖湖面上发现一具男尸。经过法医鉴定,初步确认为溺水死亡,并排除他杀嫌疑。

●2012年5月6日下午2时,湖南烈士公园年嘉湖一男子落水失踪,8日被打捞上岸。经调查,死者系饮酒后自行下水游泳,不幸溺水身亡。

# 美乐乐以互联网思维 3 年实现 2 亿到 20 亿的颠覆式成长

百度推广具有很强的“普适性”,无论企业从事哪个行业,都能通过百度推广获得客户,尤其在互联网思维为中小企业打开机遇之门的今天,只有像百度一样拥有海量数据的大平台才能提供真正全面的营销解决方案,在无数案例面前,百度推广无疑是互联网思维的最佳实践!

—— 米尔顿·科特勒

日前,有媒体消息称家具市场遭遇倒闭潮。由于传统家具进卖场的成本不断抬高,用户进卖场购买的意愿在降低,整个产业链都处于恶性循环中,互联网所带来的冲击让这种状况更雪上加霜。这种环境下,传统家居产业如何突围?

美乐乐,一家典型借用互联网思维迅速成长起来的家具企业,凭借独特的 O2O、大数据挖掘和百度推广营销平台,硬是做出了月销售额 1.5 亿、年销售额超 20 亿元的惊人业绩。美乐乐如此“粗暴式”的肆意成长靠的是什么?或许是百度 CEO 李彦宏在 2010 年对互联网思维的预言得到了验证,“无论哪个产业,用‘互联网思维’重新审视,就会发现非常多的机遇和空间。从这个意义上讲,每一个产业都处于变革的‘风口’。”

### 互联网思维: 颠覆传统家具业的新玩法

美乐乐 CEO 高扬,一个具有互联网思维“海归”,以颠覆式的玩法重新定义了家居电商行业。他认为,互联网的兴起大大缩短了与潜在客户接触的距离,也赋予了市场一个更具活力和挖掘价值的新兴消费群。搜索推广能帮传统家具品牌找到潜在购买者,并通过大数据的能力发现和汇聚需求,并最终实现订单的规模化生产、供应。“百度推广是一个生意的入口,用互联网思维帮企业找到了客户,美乐乐家具只

不过将互联网经营的方式落了地,是一次成功的实践。”

近一两年来,互联网思维风起云涌,但互联网思维究竟如何定义,又如何应用到不同行业、不同企业的日常经营中去,这是一个待解的难题。高扬坦言,家具行业有点“畸形”,一是它是个暴利行业,从工厂到最终消费者手中,好几倍的加价;二是租金、人工、物流成本不断上升,家具企业几乎所有人都不赚钱,工厂和品牌都亏损或微利;三是传统的生产方式很难跟上年轻一代消费者个性化的步伐。

如何突破?美乐乐的玩法很简单,用互联网思维的营销方式,将消费者与工厂对接,缩减中间的繁琐环节。一般来说,家具是大件,消费频次并不高,过去广撒钱、等购买者上门的套路推广成本极高,所以美乐乐放弃了传统推广方式,用 10% 的成本在百度平台做搜索推广,借助大数据挖掘,不断改善经营方式,结果发现获取精准用户的成本大幅降低,投入产出比是 1:40,远远低于在家具城的硬成本,还可以“攒”一批订单,去定制化生产。这一模式上尝到甜头后,美乐乐迅速转轨,并进入了高速增长通道。

### 百度推广: 互联网思维的最佳实践

业内专家认为,“互联网思维的根本就是从用户需求出发,用户的烦恼和症结就是商机,是有

待创新和改善的地方”。比如一件普通的家具,从木材加工到消费者手中,过程可以用“山路十八弯”来形容,互联网节省了渠道成本,反馈给了消费者。除了价格降低外,美乐乐 O2O 的探索也解决了消费者现场体验的需求。他还认为,相比较其他零售行业来说,家具这样的大件商品是最晚受到互联网冲击的领域之一,但走出行业寒冬,拥抱互联网的趋势已经不可避免。

通过嫁接互联网思维,选择百度推广平台实现创新突围的企业,美乐乐并不是唯一一家。在百度推广平台上的 60 万家中小企业,都在分享着互联网思维的经营“红利”。传统企业不妨借鉴一下,实际上并不难。第一步就是要找到用户,你的用户是谁,在哪里,怎么找到,这是首先要具备的用户思维,与用户直接对接起来,来决定企业的产品和营销决策。百度覆盖了 95% 的中国网民,提供了 PC+ 移动的双入口,能帮助任何一家企业找到潜在客户。美乐乐 CEO 高扬坦言“每天从百度推广过来的意向客户人数在 40 万左右,客户转化率达到了 30%。”

其次要选择大平台,有全线的产品触点,还要有大数据的经营能力。美乐乐靠的就是这一点,用百度搜索大数据来发现客户购买需求,迅速反馈到工厂生产、库存、供应链环节,快速响应满足需求,结果单款能达到几百上千的订单量。没有大数据的洞察和决策指引,商机抓不住,产品库存挤

Baidu 推广  
每天,有 1780 万人在百度搜索  
电子商务

三年 10 倍飞跃,成就电商行业领军传奇

百度推广客户,美乐乐家具网 CEO 高扬

每天,在百度都有 60 亿次的搜索来自各行各业  
加入百度推广,让有需求的客户找到你

立刻加入,即可获赠精美好礼!  
2014 百度营销中国行长沙站报名火热进行中...

占资金流,销售额的最大化也就成了泡影。

在运用互联网思维创新经营模式上,美乐乐家具已经进入了“深水区”,不再是初级选手。高扬认为,百度推广聚合用户的入口效应非常强,由这个“口”进入后,是一片尚未开垦的处女地,有太多的模式可以探索和尝试。

5 月 14 日,“拥抱互联网思

维下的营销变革 2014 百度营销中国行”大型巡讲活动将来到长沙。互联网思维对于传统行业还是一个很新的概念,如何从搜索引擎入手借势,运用互联网思维,使之成为真正驱动企业转型发展的成长动力,这里面还是有方法可循的。此次,百度营销中国行也将为大家揭开拥抱互联网思维的重要法门。