

民用直升机迫降峨眉山

机上2人受伤,事故原因正在调查中

04

封面新闻

读四川

封面

2018.11.19
星期一

报料热线
028-96111

责编
刘卓

版式
宣文
校对
张晓



下载封面新闻APP
浏览最新资讯

11月18日中午12时10分许,峨眉山景区上山道路附近,一架民用小型直升机在迫降时发生意外,造成机上2人受伤,机身受损。

事发后,峨眉山景区相关部门迅速赶往处置,两名伤者被迅速送医,道路也未发生拥堵。目前,事故原因正在进一步调查中。

事发>>>

飞机迫降出事 机上两人轻伤

据现场网友拍摄的视频和照片显示,事发现场位于峨眉山景区上山道路(峨洪路),距离万年寺路口不远。出事的是一架白色的民用小型直升机,机身上有“西林凤腾”字样。该直升飞机机身受损严重,机舱变形破裂,顶部螺旋桨弯曲,尾部螺旋桨脱落,现场有不少人围观。

“中午12点10分多一点,我们经过的时候,刚好看到有两个人从机舱里出来。”路过现场的成都游客柳先生说,当时,直升机应该刚落地不久,两名驾乘人员走下飞机后,在路边坐下休息,两人都是年轻男性,其中1人受伤不轻,头上、嘴巴上都出了血。

由于后面有车,柳先生未继续停留,随车流离开现场下山了。“开着车子唱着歌,遇到飞机掉下来,想起还是有点吓人。”柳先生说,万幸的是,机上的人看起来伤得不重。

救援>>>

伤者紧急送医 未造成其他事故

华西都市报、封面新闻记者从峨眉山景区管委会相关部门获悉,事发时间为中午12时10分许,地点为景区道路张山桥(小地名)往上山方向不远处。“飞行途中出了故障,然后紧急迫降。机上一共两人,都受了点伤。未造成地面人员伤亡和车辆受损。”景区相关负责人表示,事故的具体原因还在进一步调查中。

18日下午4时50分,乐山市消防支队官方微博通报了参与此事救援的相关情况。据介绍,峨眉山景区报国村消防中队接警后迅速赶到现场,将两名伤者救出送医。乐山消防发布的图片显示,其中一名伤者身着黑色衣服,其后脑、右眼等部位受伤,用纱布进行了临时包扎,被消防员搀扶着离开。

现场图片显示,景区交警也参与了救援和现场秩序维护。景区交警相关负责人表示,事故未造成道路中断,民警赶往现场指挥后,也未发生大规模拥堵。



11月18日,一架民用小型直升机在峨眉山景区上山道路迫降。乐山消防供图

回应>>>

事发时在训练 迫降原因待查

根据机身上“西林凤腾”等相关信息,华西都市报、封面新闻记者联系上了四川西林凤腾通用航空公司董事长林孝波。“飞机在迫降时发生了意外。”林孝波说,自己在出差途中,也是刚得知相关情况,出事的时候机上有两人,一名机长、一名驾驶员,正在进行训练,至于为什么要迫降,还需要进一步调查。

据介绍,出事的飞机来自峨眉山下西林凤腾恒邦机场。根据此前公开消息,该机场于2015年9月24日正式通航,开设有“峨眉山空中旅游”低空飞行旅游项目,从西林凤腾恒邦机场起降,低空飞越峨秀湖、大佛禅院、报国寺、万年寺、洗象池等景点,并可在金顶起降。

“项目一直在运行。”林孝波表示,该项目拥有一整套合法的手续,每次飞行也会有严格要求,“但此次意外的原因,确实还需要进一步调查。比如,还请专家对飞机进行鉴定等。”

华西都市报-封面新闻记者 丁伟 李昕锋



扫二维码
看本文视频



消防员搀扶着一名伤者离开。

达州面向国内外 引进275名专业人才 博士可享受15万安家补贴

华西都市报(记者 罗轩)近年来,达州市持续实施“千名硕博进达州”行动,为地方社会经济的发展注入了活力和提供了智力保障。2018年,达州市将“千名硕博进达州”更名为“达州英才计划”,并向国内外引进275名急需紧缺专业人才。

据了解,“千名硕博进达州”引进对象需要具备全日制硕士研究生及以上学历,而今年实施的“达州英才计划”将引进对象范围扩大到本科学历。具有全日制本科学历和学士学位及以上学历或副高及以上专业技术职称的高层次人才,不用笔试,直接考核便可引进;具有全日制大学本科以上学历和学士学位及以上学历的急需紧缺专业人才,则需直接考核与考试相结合的方式引进。

引进对象年龄原则上应在35周岁以下,副高及以上职称、承担市级及以上科研项目的优秀人才,可放宽到45周岁。报名工作已于11月12日开始,将持续至11月27日。报名人员登录达州人事考试网,根据自

身情况选择符合报名条件岗位报名,且每人限报一个岗位。

“具有正高级专业技术职称或博士研究生学历学位的高层次人才,发放15万元安家补贴、9600元/年岗位激励奖。”据达州市人才办工作人员介绍,为了让人才引得进、留得住、用得好,一直以来,达州根据引进人才的层次,都制定了完善的安家补助和激励政策等。

同时,具有副高级专业技术职称、硕士研究生学历学位的高层次人才,发放3万元安家补助、1200元/年岗位激励奖。引进的急需紧缺专业本科人才发放2万元安家补助。引进人才职级待遇按《关于事业单位新招聘的管理人员聘用职员岗位有关问题的处理意见(试行)》等有关规定执行。

另外,引进人才服务期限最低为5年,试用期为3个月。服务期满后,经考核合格,根据工作需要和本人自愿,可按照相关规定续聘;符合公务员调任条件的,根据工作需要,可调任为公务员。

查询网站:四川人事考试网(www.scpta.gov.cn)
达州先锋网(www.dzdw.gov.cn)
达州人事考试网(www.dzpta.gov.cn)
报名时间:2018年11月12日至2018年11月27日
查询时间:2018年11月13日至2018年11月28日
报名网址:达州人事考试网(www.dzpta.gov.cn)



扫描二维码
了解更多达州信息

新科雷嘉吹响号角 重装上阵的东风雷诺提速“为中国”

曾在2016年和2017年创下中国车市令人瞩目的“东风雷诺速度”的东风雷诺,在经历了几个月的短暂调整后,以更昂扬的姿态和更稳健的步伐整装上阵,向着新的征途出发。未来,东风雷诺将按照“2022愿景”纲要稳步拓展,包括向中国加速导入更多新车型,强化“在中国,为中国”的产品本土化战略,同时根据消费者反馈和时代发展的需求,提升现有车型序列的产品力,及利用体育赛事营销及体验式营销,不断提升拥有120年历史的雷诺品牌在华的品牌影响力。而新科雷嘉,正是雷诺在华战略下迈出的重要一步。

2018年广州国际车展,改款后的东风雷诺新科雷嘉中国首秀。相比旧款车型,新科雷嘉的每一项升级都充分体现出东风雷诺对中国市场消费者需求的深刻理解,这包括可开启的全景天窗、后排充电口和USB的加入、年轻人喜爱的智能车载系统以及更具质感的内饰设计等。换句话说,新科雷嘉的“新”,更多地体现在东风雷诺的“心”。

“在驾驶体验方面,我们将以雷诺全球统一标准为原则,以研发中心为基地,不断提升产品品质及性能,体现“悦心设计、暖心科技、安心畅行”三大品牌DNA。正如东风雷诺汽车有限公司新任副总裁洪浩所言,东风雷诺的三大品牌DNA,在新科雷嘉上均体现得淋漓尽致。



新科雷嘉



新科雷嘉中国首秀。

悦心设计: 提升实用性 内外细节全面优化

外观上,新科雷嘉全新设计的家族化鹰翼式家族前脸拓展了原镀铬格栅的面积,带来了更为丰富的视觉层次感,全LED大灯组的采用,在提升科技感的同时,也增强了新科雷嘉前脸的视觉冲击力。

车尾部分,新科雷嘉采用3D尾灯设计,立体光带式LED尾灯组与后雾灯搭配,构建更为平直、流畅的全新观感。全新设计的18寸钻石切割双色铝合金轮毂,则进一步强化了这款都市紧凑型SUV的运动气息。

车内设计方面,东风雷诺新科雷嘉在细节上全面优化。座椅新增三维立体锥形设计的全新织物与皮质混搭材质,并在T型中控台及空调出风口等细节处进行镀铬材质拉丝处理,极大地提升车内整体质感。

此外,新科雷嘉还增加了可开启式的全景天窗、后排空调出风口及USB接口,实用性及价值感得到进一步提升。

暖心科技: 顺应新潮流 智能网联全面升级

在年轻消费者最为关注的智能科技层面,东风雷诺新科雷嘉全面升级为EASY LINK智能互联系统,并新增车载高德地图、组队出行、在线智能语音助手、在线音乐和电台等多项高科技配置,为消费者的日常出行带来更多乐趣。

此外,东风雷诺新科雷嘉也继承了上一代科雷嘉备受终端消费者认可的智能科技配置,如集成了PM2.5车内传感器、离子发生器及PM2.5高效空气滤芯的CLEAN AIR PM2.5空气净化系统,将为驾乘成员提供“森林氧吧”般的优质车内环境。

与此同时,E-PKB电子驻车系统和HFP自动泊车辅助系统的加持,让东风雷诺新科雷嘉简化了“停车技术难题”。而智能卡片无钥匙进入系统、WAC自动锁车功能、自动感应式大灯、雨量感应式前雨刷和Follow me home伴我回家照明延时功能等众多智能装备的搭载,使得东风雷诺新科雷嘉的人性化程度超越同级竞争对手。

安心畅行:

坚守高品质 安全配置傲立同级

安全品质上,东风雷诺全系产品均按照雷诺集团最高制造工艺标准及做工品质打造。车身结构上,新科雷嘉大面积采用超高强度钢、热成型钢等材料,其中超高强度钢材的使用率高达25%,高强度钢材的使用率高达70%,而在车身A/B柱及后防撞梁等关键部位,新科雷嘉则使用同级竞品极少采用的抗拉强度高达1500Mpa的热成型钢。

在主被动安全配置层面,东风雷诺新科雷嘉依旧保持了同级领先的水平。新增同级独有的AHL自动远近光切换及LDW车道偏离警告系统,配合BSW盲区警示系统及TPMS数字式胎压监测系统,构成新科雷嘉领先竞品的新ADAS系统,进一步提升其预防意外的能力。

动力上,新科雷嘉搭载经典的2.0L Energy技术燃油直喷发动机+最新一代模拟7速CVT手自一体变速器组成的黄金动力组合,同时配备Extended Grip多路况适应系统。

创新活力营销 加速新车导入

除了新科雷嘉的中国首秀之外,东风雷诺的展台上也汇集了其家族产品阵营,以及雷诺引以为傲的F1车型。作为F1赛场上的常胜车队,秉承“Passion for life”的品牌理念,东风雷诺利用体育赛事营销及体验式营销,充分释放品牌激情。“我们以F1及武汉马拉松为两大活力营销平台,并开展品牌体验日、驾享体验营等一系列体验式活动,进一步拉近品牌与消费者距离。2019年,我们还会策划出更多贴近中国消费者的创新营销场景,集中发力打造品牌IP营销活动,让雷诺品牌营销更接地气。”洪浩说。

除此之外,在消费者最关心的产品规划方面,明年,东风雷诺将加快产品导入节奏,先行导入2款国产车型,其中包含首款纯电动车型。未来四年,东风雷诺将共计导入9款国产车型,包括3款电动车。同时,东风雷诺还将与强大的本土互联网公司加强合作,为中国消费者持续提供更符合市场需求的高品质车型,全面强化车型竞争力。

东风雷诺汽车有限公司副总裁洪浩: “我们要讲中国版的雷诺故事”

2018年广州国际车展上,东风雷诺汽车有限公司副总裁洪浩,就未来东风雷诺的发展规划、经销商渠道关系及产品投放计划接受了记者的专访,以下为部分采访内容。

产品战略: 坚持SUV为核心 逐步引入轿车及电动车型

洪浩:虽然今年SUV市场出现了下滑,但是它的体量仍然很大。一旦中国经济的宏观环境发生有利于汽车市场的改变以后,我相信中国SUV市场很快就会回到正常轨道上面。它仍然是一个复苏的状态。所以,东风雷诺接下来到2022年,以SUV为核心的战略仍然不会改变。同时,我们也会引进轿车车型,优化产品组合。

电动车市场是中国新的浪潮,我们也会追赶这个浪潮。2019年,我们会把今年巴黎车展亮相的电动车——K-ZE的国产车型引入中国市场。2022年之前会导入三款电动车型。我们会利用雷诺专有的电动车平台,并整合雷诺在零排放技术上的领先优势,去打造我们自己的电动车型。雷诺品牌拥有全系列电动车产品,且价格适中,这也是我们接下来打造差异化产品的优势。

渠道改革: 保证数量和质量的 并重与统一

洪浩:我们不会盲目发展网络,去追求所谓的渠道数量,我们一定要保证数量和质量的并重与统一。特别是对于现在已经建好的200家经销商网络体系,我希望通过政策的调整,能够逐步改善经销商收益状况和水平,让他们越来越好。

明年,我们会继续在网络方面改革,将轻量化的专营店和大型专营店进行大小结合,做一些模块化的规划。有些城市的经销商店可能只做一些售前,有些地方可能售前



东风雷诺汽车有限公司副总裁洪浩

和售后同时有,有些地方则只需要承载一些售后服务职能即可。总之就是差异化、模块化,完全根据所在地方的需要而设定,这样我们能够非常灵活地应对市场冲击和考验。

品牌发展: 让中国消费者了解雷诺 强化品牌本土化

洪浩:雷诺品牌已经有120年历史,也是全球最悠久的五大汽车品牌之一。它有着非常鲜明的品牌底蕴以及在车型方面的独特优势。要让中国消费者了解雷诺品牌作为“百年老店”的内涵。它在法国高达37%的市场占有率也是很多国人所不知道的,这些都需要我们不断地传达给中国消费者。

除了这些以外,我们更要注重品牌的本土化。我们要讲中国版的雷诺故事,要让它接地气。在人员方面,雷诺集团和东风雷诺非常强调本土化人才的引进和培养,雷诺集团在商品企划环节也越来越重视倾听来自于中国团队的声音。我们很多前期环节都经过了充分协商,可以更好地创造符合中国消费者需求的产品。