

天降火龙果，砸裂车玻璃

该小区已不止一次发生杂物坠落事件

本报8月11日讯(半岛全媒体记者孙桂东) 11日早晨8时许,家住黄台路8号都市华庭小区的方先生遭遇了惊魂一幕。停在楼下车位上的私家车,风挡玻璃被楼上掉下来的火龙果直接砸裂。幸亏没砸在行人身上,否则后果不堪设想。而且,这已经不是小区第一次出现这样的问题,之前还曾掉下过厨房垃圾等杂物。

“砸到车是可以修的,砸到人问题可就太大了。”方先生说,他10日上午就把车停在了二楼地面的车位上,这个是正规的车位。11日早晨8时许,他出门准备开车去上班,突然发现汽车的风挡玻璃被从楼上掉落下来的火龙果砸裂了,火龙果已经碎成了泥。

方先生说,小区一共有三栋楼,有28层的,也有32层的,他把车停在3号楼下的正规车位上,3号楼共有32层楼高。火龙果能把车玻璃砸裂,应该是从较高楼层落下来的。他也跟小区的物业、业委会反映了,同时也到派出所报了警,警方已经介入调查。

这已经不是该小区第一次出现这样的问题了。方先生说,之前小区居民就陆续在业主群里反映过这个问题,有一次掉下来一袋厨房垃圾,差点砸到路过的大人和小孩。小区楼下经常有孩子在玩耍,业主们也都非常担心安全问题。

随后,记者采访了小区的物业。工作人员回复说,目前已经报警了,他们正在等待进一步的调查结果。记者询问,监控视频是否拍到扔东西的人以及



方先生的车玻璃被砸裂。(市民供图)

之前就有业主反映过该类问题,物业采取了哪些相关措施时,工作人员以很忙为由没有正面回答。

山东诚功律师事务所律师马维永认为,高空抛物属于个人违法行为,从法律意义上,由抛物者或抛物楼层群体承担民事赔偿责任。

另外,新通过的《民法典》也作出了明确规定:禁止从建筑物中抛掷物品。从建筑物中抛掷物品或者从建筑物上坠落的物品造成他人损害的,由侵权人依法承担侵权责任;经调查难以确定具

体侵权人的,除能够证明自己不是侵权人的外,由可能加害的建筑物使用人给予补偿。可能加害的建筑物使用人补偿后,有权向侵权人追偿。

物业服务企业等建筑物管理人应当采取必要的安全保障措施防止前款规定情形的发生;未采取必要的安全保障措施的,应当依法承担未履行安全保障义务的侵权责任。

发生本条第一款规定的情形的,公安等机关应当依法及时调查,查清责任人。

第二阶段志愿咋填? 本报中考助考会等你来

本报8月11日讯(半岛全媒体记者孙雅琴) 青岛中考成绩本周即将公布。今年第一年新中考总分只有360分,录取的偶然性较大。为了帮助广大考生和家长提前做好升学调整,更加从容地应对中考录取结果的偶然性,半岛都市报将于8月13日(本周四)14:00~18:00,在报社一楼大厅(南京路110号)举办“2020年青岛中考助考会”。届时,普高国际部、中职学校、民办高中及国际学校等将现场提供一对一志愿填报咨询,助你顺利填报第二阶段志愿。

根据录取进程,8月14日前,青岛市教育局将公布中考成绩、录取分数线、一段线、录取去向、民办普通班线、民办其他班线、分数带征集志愿招生计划等重要信息。8月14日上午8时起,第一阶段未被录取的考生,可以继续填报未完成招生计划的公办普通高中普通班、中外合作办学班、民办高中、综合高中等分数带志愿;也可以修改之前已填报的“五年制高师及三年制普职融通批”“五年制高职批”“三年制中职技校批”职业类志愿。此外,民办高中也将于当天办理注册录取预登记。

为了给考生和家长搭建与意向学校见面咨询的平台,半岛都市报特举办“2020年青岛中考助考会”。届时,将邀请各普通高中国际部、中职学校、民办高中、国际学校等在现场设立中考网上报名服务处,各学校将派专业老师为考生和家长提供一对一志愿填报咨询、指导、打印,以及民办高中注册录取预登记等服务。

举办时间:8月13日(周四)14:00~18:00。助考会地点:半岛都市报一楼大厅(市南区南京路110号)。咨询电话:80889034。交通路线:尽量乘坐公共交通工具前往,可乘坐地铁3号线在宁夏路站D口出站,步行2分钟即可到达;也可乘坐公交车在南京路如东路站下车。

海尔智家再入《财富》世界500强

排名上升13位,为全球智慧家庭行业未来树立“新标准”

□半岛全媒体记者 王媛

8月10日,《财富》世界500强排行榜发布,中国大陆(含香港)公司数量达到124家,历史上首次超越美国(121家)。加上中国台湾地区,中国共有133家公司上榜,其中,山东企业5家,青岛1家。作为海尔集团子公司之一,海尔智家股份有限公司(股票代码:600690.SH,简称“海尔智家”)再次上榜,排名再升13位。

不久前,海尔以全球唯一“物联网生态”品牌蝉联BrandZ最具价值全球品牌100强,旗下的海尔智家荣获BrandZ中国全球化品牌50强行业第一,此番再次入围《财富》世界500强,见证了海尔智家在物联网时代创全球第一生态品牌的成长,同时也为智慧家庭行业的未来提供了新标准。

标准一: 场景替代产品

“卖”的是成套智慧解决方案

海尔智家作为物联网时代探路者,正围绕“享智慧生活 上海尔智家”,跟随用户需求变化开启新征程:以场景替代产品,从原来为用户提供一台台的智慧家电到提供成套智慧解决方案。

如今的海尔智家场景品牌建设,是以体验切入,而非产品切入。围绕用户个性化的场景体验,海尔智家整合了能让食材新鲜的全空间保鲜冰箱,能给自己“洗澡”保证空气健康的56℃除菌空调等网器,构建智慧厨房、智慧阳台、智慧卧室等场景品牌,不断涌现出体验迭代的新场景组合,进而为用户带来吃在智家、穿在智家、住在智家、娱在智家的全方位智慧生态体验。目前,围绕用户



衣食住娱等各类场景需求,海尔智家已细分出3万余个场景,涵盖各行各业。

场景“软实力”来自于技术“硬核力”。数据显示,海尔智家在全球累计专利申请5.3万余项,发明专利占比超过60%位居第一;同时,海尔智家也是参与国际标准、中国国家标准、行业标准最多的智能家居企业。IPRdaily中文网与IncoPat创新指数研究中心联合发布的2020年上半年全球智慧家庭发明专利排行榜显示,海尔智家智慧家庭发明专利居第一。

标准二: 生态覆盖行业

企业“跨界”联手打造“家”生活

物联网时代,品牌的边界消失了,用户体验推平了产业、行业、领域之间的围墙。2019年,海尔智家实现物联网生态收入48

亿元,同比增长68%。海尔智家推进的“生态覆盖行业”有何不同?答案是共赢生态。

以衣联网为例,海尔洗衣机从原来生产洗衣机硬件,转型为依托物联网技术打造衣联网生态平台,吸引了服装、家纺、洗衣液、皮革等来自15个行业的5300多家头部资源方,为用户提供衣物的洗涤、护理、存储、搭配、购买乃至回收等全生命周期的智慧解决方案,正在创建世界级的共创共赢的衣联网生态品牌。

随着衣联网、食联网、空气网、水联网、娱联网等生态的布局深化,海尔智家吸引了超市零售、物流、食品、服装、金融、教育等众多行业的生态资源,成为一个连接亿万家庭、实现生态共创的体验云平台。

在这个平台上,海尔智家体验云根据用户画像,精准提供从一台智慧家电

到智慧家庭全场景的定制服务,用户既是消费者,也是创造者。同时,生态方可以利用平台上的数据、渠道、金融、服务等资源,零距离对接用户需求,共创场景方案,分享生态成果。

标准三: 生态品牌全球化

让全球用户定制自己的“智家”

从全场景带来的“无缝体验”到打破围墙的“无界生态”,一个“无”字体现了海尔智家始终坚持创业创新的精神——人是目的,有生于无。

从更名到步入生态品牌战略的新发展阶段,不变的是“从用户需求出发”,变的是越来越多全球用户正通过海尔智家体验云平台定制专属智慧生活。这背后,是海尔智家生态服务边界向全球不断扩大。

不仅是海尔品牌,海尔智家全球七大品牌已经纷纷开始了场景化、生态化的转型升级。例如,GE Appliances的未来厨房、Fisher&Paykel的社交厨房、AQUA的智慧“社区洗”、Candy的互联家电多个智慧家庭套系相继落地。海尔智家APP国内上线半年后,“欧洲版”APP正式发布,海尔智家首创的“体验云众播”模式也在印度、巴基斯坦、泰国、越南、印度尼西亚等全球多个国家复制。

在“人单合一”模式下,海尔智家构建的全新生态系统正在快速成长,以《财富》世界500强榜单为标尺,海尔智家的生态品牌战略成果得以丈量;而海尔智家本身也在成为新标尺,去衡量在智能家居方向上从美好想象到现实成真的实现速度。