

多国海上联合演习在青岛举行

8个国家19艘舰艇7架直升机及陆战队员参演



哈尔滨舰上的陆战队员观察“敌情”。

新华社青岛4月23日电“海上合作—2014”多国海上联合演习23日在青岛附近海域举行。中国、巴基斯坦、印度尼西亚、新加坡、印度、马来西亚、孟加拉国、文莱等8个国家的19艘舰艇、7架直升机及陆战队员参加这次演习。演习以海上联合搜救为主,包括编队通信、编队运动、海上补给、联合救援、联合反劫持、轻武器射击等6个课目。

上午9时,“海上合作—2014”多国海上联合演习正式开始。演习指挥舰为中方哈尔滨舰,中国海军北海舰队副司令员杨骏飞担任演习海上指挥员。演习开始后,参演兵力编成3个联合编队同步展开编队通信演练,并分头组织实施其他课目的演习。

第一联合编队由中方导弹护卫舰葫芦岛舰、临沂舰和综合补给舰洪泽湖舰与孟加拉国“阿布·巴尔卡”护卫舰、马来西亚“卡斯图里”号护卫舰、新加坡“威武”号护卫舰组成,进行编队运动和海上补给课目的演习。

第二联合编队由中方导弹护卫舰烟台舰,导弹驱逐舰青岛舰、沈阳舰及和平方舟医院船等6艘舰艇与文莱“达鲁伊山”号巡逻舰、巴基斯坦“沙姆谢尔”号护卫舰组成,进行联合救援演习,包括海空联合搜救、救援失事船舶和搜索、定位以及识别水下可疑目标等3项内容。

第三联合编队由中国导弹护卫舰哈尔滨舰、两栖船坞登陆舰长白山舰和印度“什瓦利克”号隐身护卫舰、印尼“班加马辛”号船坞登陆舰组成,进行联合反劫持、轻武器射击课目的演习,由中方舰艇北救122船模拟被劫商船。

中国海军结合承办论坛年会举行联合演习活动,是参照其他国家举办年会时的做法,旨在增进与各国海军的理解、共识、互信和友谊;探讨各国海军海上联合搜索救援的组织实施;促进各国海军间维护海上安全的务实交流与合作,为及时应对、处置海上突发情况打下基础。

“海上合作——2014” 多国海上联演全记录

搜救落水人员

“航行在青岛附近某海域商船突发故障起火,人员落水,请速往营救!”9时,接到求救信号,中方烟台舰、青岛舰、沈阳舰、和平方舟医院船与文莱“达鲁伊山”号巡逻舰、巴基斯坦“沙姆谢尔”号护卫舰等中外舰艇迅速组成搜救队形,前往事发海域。“沙姆谢尔”舰直升机紧急起飞,进行低空搜索。

9时25分,直升机发现落水人员,一边电告准确方位引导军舰接近,一边实施营救,两名落水人员成功获救。和平方舟医院船上的医护人员立即进行施救……

扑灭商船火情

在搜救落水人员时,舰载直升机快速飞向事发海域,发现失事商船浓烟滚滚,有船员站在高处挥手呼救。直升机指引“达鲁伊山”号和沈阳舰、烟台舰火速支援。

9时30分,3艘军舰抵达指定阵位,使用消防水枪灭火,迅速控制了火情。“达鲁伊山”号、烟台舰损管分队人员背负损管器材,顺着湿滑的软梯爬上商船。在中国和文莱官兵共同努力下,火情被彻底扑灭。

营救被劫船只

9时,联合反劫持、轻武器射击课目演习正式开始。“一艘商船遭到海盗劫持,命令你部迅速赶往事发海域,全力营救被劫船只!”演习海上指挥员向由哈尔滨舰、长白山舰、印度“什瓦利克”号护卫舰、印尼“班加马辛”号船坞登陆舰组成的联合编队下达命令。

直升机抵近侦察:“舰面发现4名海盗,其中2名位前甲板、1名位驾驶室、1名位驾驶室外侧,携有枪支!”联合编队指挥员立即命令哈尔滨舰等3舰实施营救。

10时20分,哈尔滨舰发射信号弹和震爆弹示警。警告无效后,武力营救开始,水面突击队乘坐小艇,隐蔽出击!“嗖、嗖、嗖”,数道锚钩从天而降,突击队员攀绳上船,迅速接近海盗。“砰!”枪声响起,驾驶室外的海盗应声而倒。突击队员踹开舱门,手起枪响,舱内海盗纷纷中枪。

12时45分,中印突击队员以枪声中圆满的演习任务。
据新华社青岛4月23日电



中方导弹护卫舰烟台舰官兵对“失事船舶”进行舷外支援灭火。

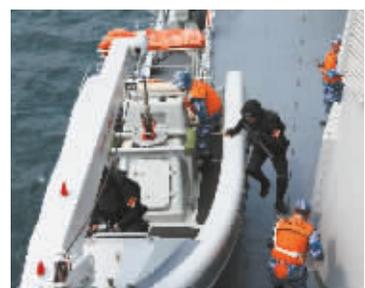
图片均为新华社照片



烟台舰舰载直升机紧急起飞。



救援人员乘小艇快速驶向“失事船舶”。



特战队员登上小艇准备解救“人质”。

联演三大亮点

海军军事学术研究所研究员张军社23日在接受记者采访时,介绍了“海上合作—2014”多国海上联合演习的亮点。

(一)突出应对非传统安全的内容。海盗、恐怖主义、自然灾害等非传统安全威胁是本地地区乃至世界各国共同面临的威胁。2004年发生的印度洋大海啸和2013年菲律宾遭受强台风等严重灾害,以及马航客机失联事件,给相关国家造成了巨大损失,也凸显出提高各国海军应对非传统安全威胁能力的必要性和紧迫性。这次演习将以

海上联合搜救为重点,在课目设置上突出了应对非传统安全问题,如联合救援、联合反劫持等内容,具有很强的现实性。

(二)彰显了各国海军通过合作维护地区和平稳定的愿望。非传统安全威胁超越国界,任何国家都不能独善其身,无力独自应对,只有通过合作才能有效解决。这次多边军演以海上联合搜救为主题,显示出各国依靠合作维护地区和平稳定的决心和愿望。演习将进一步提高各国海军遂行海上联合搜救任务的能力,为各国海

军及时应对、处置海上突发灾难打下坚实的基础。

(三)侧重混合编组。联演中,中方12艘参演舰艇与外方7艘参演舰艇混编组成3个联合编队,共同演练多种课目,这有利于提高各国海军遂行海上联合搜救任务的能力,及时应对、处置海上突发情况。演习期间,海上联合演习指挥所通过各联合编队指挥所对中外参演兵力和相关保障兵力实施指挥。

据新华社青岛4月23日电

广告招商
晨报、商报、晚报、晨报、甘肃日报、兰州日报等报纸广告发布。
邮政报刊亭广告招商
青威高文化传媒有限公司
QINGWEI HIGH CULTURE MEDIA CO., LTD.
招商电话:13609330367

国美海尔共创互联网会员营销新模式

在这个言必称互联网的时代,不仅企业的发展模式正在被改变变革,就连日常的营销活动也不断互联网化。近日,记者了解到,家电零售企业国美电器与制造业龙头海尔联合开展了一次会员营销活动,在这场“327年度会员超级购”活动中,双方为用户提供了涵盖短信、微信、电话等全触点的个性化营销方案,并通过大数据研究为不同用户推送不同的产品解决方案。这种与用户深度交互的营销模式,被业内人士看做是对互联网营销模式的创新,为用户提供了差异化的选购体验。

在本次营销活动中,国美客服中心通过短信营销平台、呼叫中心电话平台以及微博微信

等社交性平台锁定目标会员,利用线下实体店销售网络体系,形成全国门店联动效应,并依靠大数据系统的精准信息投送,为会员提供了专属的差异化营销方案,最大限度满足不同用户的不同需求。

国美客服中心相关负责人表示,在互联网时代,企业应该改变原先一股脑将促销信息传递给用户的状态,实现根据用户需求“对症下药”。在本次活动中,国美依托业内最先进的ERP信息系统,对五年前购买过热水器的用户、半年内购买过厨卫产品的用户、一年内购买过冰洗产品的用户等会员历史消费信息进行“标签化”分析,锁定了潜在购买用户群体,并为这

些用户提供了定制化的专家家电选购方案。

根据精准用户数据设计差异化产品选购方案也让这次会员营销活动得到了消费者的高度肯定。国美会员李小姐对记者表示,“本来没有非常确定的待购家电,没想到国美给我推荐了一套专属的选购方案,而且还能享受到更多专属优惠,满足感瞬间爆棚!”用户对活动的认可也从销售数据中得到了印证。据官方数据统计,此次活动中国美家电销售额持续上升,海尔产品销售更是同比提升19.52%。

据了解,在互联网浪潮推动下,国美战略实现全面升级,从“多渠道零售商”转变为“O2M全渠道零售商”,并通过多种“触点”渠道抓取用

户需求数据,建立了以用户需求为中心的创新生态圈。正是在对互联网发展模式进行实践与探索的基础上,国美业绩全面提升。数据显示,2013年国美电器实现净利润8.92亿元,综合毛利率为18.4%,远高同行业发展水平。

业内专家评论称,互联网时代让企业与用户的角色发生了根本性逆转,用户成为决定整个产业发展的主角,这就要求企业必须从此前“以企业为中心”向“以用户为中心”转变。此次国美与海尔联合开展的会员营销活动正是这一逻辑的产物,体现了国美“以用户需求为中心”运营理念,这正是零售企业未来竞争的关键所在。