

马路中央，俩女子拉起家常

来往车辆呼啸而过，真让人捏把汗

近日，枣庄市交警支队公布了部分交通事故录像。据分析，闯红灯成为事故发生的主要原因之一。9月27日，记者对市中区一些重要路口的交通状况分时段进行了实地调查。



在振兴路与龙头路路口，一对中年妇女在机动车道攀谈。



在振兴路与龙头路路口，一男一女闯红灯横穿马路。

俩女子：机动车道上聊个没完

地点：振兴路与龙头路交会十字路口
时间：9:30-10:00
记者目测：30分钟内
有44次闯红灯，其中电动车17辆、机动三轮车5辆、摩托车7辆、自行车8辆、行人7人。
这一路口虽然有交警

执勤，但是闯红灯的行人、车辆“络绎不绝”。记者观察到，信号灯对于某些人来说就是摆设，尤其是电动车成为闯红灯的主力。
在记者观察过程中，不少车辆看到信号灯的变化根本没反应，一女子骑着电动车带着另一位女

子，看到信号灯的的变成红灯不但没有停车等待，反而加速行驶，敢在一辆轿车之前冲了过去，十分危险。
而且更为危险的是，两位中年女子在马路上相遇，竟然在机动车道上旁若无人的攀谈起来，旁边的车辆

在她们身边经过，她们没有一点胆怯，经过了大约10分钟的交谈后，两人各自离去，当时的场景确实让人揪心。
令人欣慰的是，在记者观察的这段时间里并没有汽车闯红灯，驾驶员驾驶还是比较谨慎的。

中学生：中午放学频频闯红灯

地点：光明路与振兴路交会十字路口
时间：12:00-12:30
记者目测：30分钟内
有66次闯红灯，其中电动车27辆、机动三轮车5辆、摩托车6辆、自行车16辆、

行人12人。
由于是中午时分，学校开始放学，不少中学生都骑车回家，而就是这些放学回家的中学生，构成了这一时段该路段闯红灯的主力。
一位穿着校服的男学生

骑车由男往北行驶，走到路口时刚好信号灯转变为红灯，该学生并没有及时刹车，反而是继续过马路。看到有车从自己对面驶来，该男子便不断改变骑车路线，歪歪扭扭地过了路口，情形十分危险。

此外，由于这个路口有BRT经过，而且信号灯变换时会有一段时间差，因此很多人就插这个空子闯红灯。但是很多时候都是刚走到一半汽车就都驶过来了，夹在中间进退不得，相当危险。

交警：路人闯红灯很难管理

记者采访了几位在路口执勤的交警，他们纷纷表示，对于路人闯红灯的行为，确实很难管理，最主要的还是要靠市民法律意识的增强，要靠自觉。
一位交警告诉记者，

虽然路口已安装了电子摄像头，但是只对汽车有一定的约束力，汽车闯红灯的现象有所减少。但摄像头对自行车和电动车没有约束力。而且现在对于电动车等闯红灯没法进行处

罚，而且进行劝告教育时，不少市民根本不听，还没等交警赶到，加油门就走了，而交警又无法对其进行阻拦，此外，该交警还表示，其实闯红灯十分危险，一旦出事很难预料到

会有什么样的后果，尤其是接送孩子的家长，为了孩子的安全着想也一定要遵守交通法规。
文/片 本报记者 李森

中秋消费数据出炉

商家靠【百度搜索数据】精准把控亿元商机

“送礼”，“赏月”，“吃月饼”……中秋小长假正逢国庆黄金周，双节并行，本应成为商家促销的黄金期。但记者调查发现，商家在推出促销后，为了吸引消费者，不得不继续让利，甚至出现价格战。业内人士指出，商家在促销时，应注重提升品牌影响力，而不是单纯的价格战。

中秋节开启潜在市场 节日营销看谁抢跑平台

日前，国家统计局公布的数据显示，今年中秋国庆双节期间，全国社会消费品零售总额同比增长12.2%，增幅创历史新高。其中，网络购物成为消费热点，同比增长22.2%。业内人士指出，商家在促销时，应注重提升品牌影响力，而不是单纯的价格战。

的营销效果。目前，商家在促销时，应注重提升品牌影响力，而不是单纯的价格战。业内人士指出，商家在促销时，应注重提升品牌影响力，而不是单纯的价格战。

百度搜索精准锁定目标消费者 精准中秋节日大餐

日前，百度公司发布了中秋节日营销数据。数据显示，商家在促销时，应注重提升品牌影响力，而不是单纯的价格战。业内人士指出，商家在促销时，应注重提升品牌影响力，而不是单纯的价格战。

的营销效果。目前，商家在促销时，应注重提升品牌影响力，而不是单纯的价格战。业内人士指出，商家在促销时，应注重提升品牌影响力，而不是单纯的价格战。

节后经济寻求持续效应 乘胜追击“百度搜索数据”

日前，百度公司发布了中秋节日营销数据。数据显示，商家在促销时，应注重提升品牌影响力，而不是单纯的价格战。业内人士指出，商家在促销时，应注重提升品牌影响力，而不是单纯的价格战。

的营销效果。目前，商家在促销时，应注重提升品牌影响力，而不是单纯的价格战。业内人士指出，商家在促销时，应注重提升品牌影响力，而不是单纯的价格战。

的营销效果。目前，商家在促销时，应注重提升品牌影响力，而不是单纯的价格战。业内人士指出，商家在促销时，应注重提升品牌影响力，而不是单纯的价格战。

的营销效果。目前，商家在促销时，应注重提升品牌影响力，而不是单纯的价格战。业内人士指出，商家在促销时，应注重提升品牌影响力，而不是单纯的价格战。

