

# 区块链传播谨防盲目炒作

本报讯 8月5日,由中国经济传媒协会主办的首届中国区块链媒体社会责任论坛在北京举行。据了解,区块链是继互联网之后带来革命性影响的新技术,全世界都在重视区块链技术的应用。强化区块链、人工智能等战略前沿技术并提前进行布局,已经写入我国“十三五”计划。目前,我国区块链应用呈现加快落地趋势,有望推动新一轮商业模式变革,为实体经济“降成本”“提效率”,助推传统产业高质量发展并转型升级提供新动能。在此过程中,也出现了一些令人忧虑的现象。一些机构和个人片面夸大、渲染比特币造富神话,打着区块链旗号实行传销骗局,兜售空气币、“资金盘”等等,某些自媒体盲目跟风或唯利是图,推波助澜。这些行为混淆视听,欺骗民众,对区块链国家发展战略的实施带来严重干扰。

中国经济传媒协会会长赵健在致辞中说,媒体应当忠实履行社会责任。具体对区块链传播而言,要科学传播,实事求是报道区块链技术的功能和作用,既不要夸大,也不要缩小,更不要盲目炒作。对于极少数违法违规的区块链企业和项目,要坚决予以揭露,不能任其恣意妄为破坏了国家对区块链的发展大计。

科技日报社总编辑刘亚东在主旨演讲中说,对于大数据、云计算、区块链的过度炒作,从根本上说,是由于公众和媒体缺乏科学精神造成的,跟风本身就是缺乏主见和批评精神。他强调,我们应该大力倡导、弘扬科学精神,引导公众科学地认识世界,更好地去改造世界。

在论坛上,主办方还举行了中国经济新闻联播——区块链频道上线启动仪式。该网站负责人表示,今后将联络更多新兴媒体,共同维护中国区块链产业良好生态。(红宏)

# 柴达木盐湖 6000万吨“镁害”变“镁宝”

本报讯(记者邢生祥)记者日前从西部矿业集团有限公司获悉,柴达木盆地6000万吨“镁害”水氯镁石通过技术创新变为“镁宝”,畅销国内外,填补了我国氢氧化镁、氧化镁高端产品的空白。

青海是盐湖资源大省,大大小小的盐湖散落在浩瀚的柴达木盆地,仅探明的镁资源储量就占全国镁资源总量的90%以上。长期以来,柴达木盐湖资源开发以钾肥生产为主,每生产1吨钾肥就要产生12吨水氯镁石。受工艺技术限制,镁资源未实现高效开发利用,造成盐湖成分变化的“镁害”。

“水氯镁石已经在察尔汗地区形成一个人工湖,目前储量在6000万吨以上,已经严重制约盐湖钾肥的生产。”青海西部镁业有限公司董事长盛玉永说。

为使水氯镁石变为宝,西部矿业集团旗下西部镁业公司依托自身优势,联合国内专家和顶尖的技术团队,通过反复试验和不断优化,彻底解决了化学合成法制取高纯氢氧化镁的关键技术难题,发明“盐湖卤水——氯石灰联合法连续生产高纯氧化镁”的新工艺,获得盐湖氯化镁连续溶解制取高浓度氯化镁溶液的专利,填补了我国氢氧化镁、氧化镁高端产品的空白。

据盛玉永介绍,企业生产出的高纯氢氧化镁,5至6微米超细粉,1至2微米超细粉、高纯氧化镁、电熔镁砂等高端产品已处在全球前列,目前已出口法国、韩国、日本、土耳其等国家,主要用于阻燃、医药、塑料、橡胶以及高端耐火材料等方面,产品供不应求。

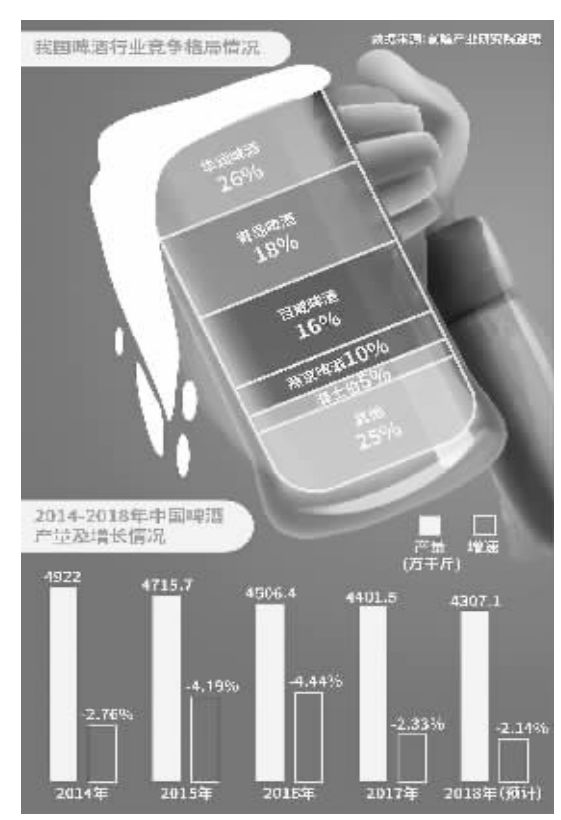
# “汽车数据积分生态链”在长春首推

本报讯(记者彭冰)新能源车主上传自行车数据,就可通过有关大数据系统对车辆排放情况的评估,获得一定节能积分,并凭积分获得公益基金补贴——8月2日,汽车数据积分生态链落地长春启动仪式举行,据悉,这一汽车节能积分模式在全国尚属首推。

为培育汽车用户的节能减排意识与行为习惯,长春新区管委会与DTB数据积分生态链生态联盟(简称DTB联盟)达成合作,决定在长春市推行“汽车数据积分生态链”项目。DTB联盟于2016年在北京成立,由汽车后市场服务商、大数据公司、积分互联互通平台、公益基金会等发起。在DTB平台上,用户购买和使用新能源汽车的行为,可以被量化成一种节能减排积分,简言之,即:车主安装一种IADS车载智能硬件后,通过记录并上传自己的行车数据,有关大数据系统就会对其阶段时间和行程内的能耗与排放进行评估,并根据其驾驶习惯与排放情况,给予车主相应积分,车主可凭积分周期性地获得公益基金的一定补贴。

这种消费侧的汽车节能积分,与当前我国政府实施的新能源汽车“双积分”政策形成了良性互补——国家宏观层面的“双积分”,可以在生产领域激励更多的车企优先生产新能源汽车、节能汽车;而针对消费者推出的节能积分,可以引导车主矫正不良驾驶习惯,更加节能地去驾驶汽车。

# 全国啤酒产量逐年下滑



东方IC供图

老年人已成为旅游市场上的“生力军”,但出游者却经常遭遇消费陷阱、安全隐患等困扰

# 如何为“银发游”系好安全带?

本报记者 黄仕强 实习生 刘昱含

随着老年人口的增长,近几年“银发游”渐成时尚,但不少老年人报团出游时屡屡遭遇市场乱象,旅行社加收“年龄附加费”,低价游吸引参团却遭强迫购物,旅游产品与宣传不符,安全得不到保障等。

今年距国家正式实施的《旅行社老年旅游服务规范》已将近两年,老年旅游市场乱象虽有所改观,却依然鱼龙混杂,缺乏监管。对此,不少消费者、业界专家呼吁,要进一步从监管的角度系好老人出游的“安全带”。

## “银发游”成时尚

今年2月,全国老龄办在人口老龄化国情教育新闻发布会上公开表示,截至2017年底,我国60岁及以上老年人口有2.41亿人,占总人口17.3%,预计到2050年前后,我国老年人口数将达到峰值4.87亿,占总人口的34.9%。一般认为,60岁及以上老年人口占总人口总数达到10%,即意味着进入老龄化社会。

“年轻时没时间,也没有条件出去旅游,现在退休了,就想趁身体还不错多到外面走走。”今年6月份从一家机械制造企业退休的华先生在一个月前就开始规划旅行线路了,“我和爱人已经结婚快40年了,和她一起出去旅游的次数,一只手都能数过来。”华先生说,今后只要身体条件允许,他们每年都会去几个地方,多看看祖国的山山水水。

家住大渡口区的余女士退休之前在重庆的一家国有企业上班,平时喜欢跳广场舞,有一大帮好姐妹。退休之后,她们一大帮人每年春秋季节都会去几个比较小众的地方待一段时间,同时,每次旅游回来她们还会到旅行社拿着宣传单研究下次的线路。余女士说,这些天地和一群姐妹们正筹划到东北去避避暑。

《工人日报》记者调查发现,近年来诸如“银发游”“爸妈之旅”“夕阳红专列”等老年旅游团越来越多。公开资料显示,2017年,国内旅游人数达50亿人次,其中,有近四成是老年人。重庆一家旅行社的负责人透露,经他们粗略测算,在城市老年人群中,有近20%是“旅游控”。

“老年人有了时间和物质基础,‘走出去’就成了他们的消费‘时尚’。”有业界专家分析称,随着社会经济收入的增长,老年人退休后的物质生活得到了保障,走出家门“看世界”便成为一种需要;同

时,老年人的时间相对自由,消费观念也起了变化,旅游便成了一项合理的消费手段,“还有不少子女认为老人辛苦了一辈子,应该乐享晚年,就资助老人旅游以表孝心”,“银发游”自然火爆。

## 老年旅游市场乱象丛生

记者走访发现,“银发游”在国内越来越热,低价、多景点是吸引老年人参加旅游团的一大卖点。据重庆一家旅行社的负责人介绍,像黄鹤楼、庐山、武夷山、厦门鼓浪屿,永定土楼这样的线路专列10日游只要不到3000元。“低价团的确价格便宜,但是一些路线需要游客们承诺消费,我们旅行社会给消费者说明,但其他很多旅行社都不会讲出来,被问及时会找借口搪塞过去。”

“我妈妈去年报了一个海南‘四日游’的旅行团,加上住宿、机票一共才1000元,结果回来仔细一算买了将近一万的东西。”九龙坡区的陈女士告诉记者,她母亲去年独自报了一个低价团出游,结果下飞机后,各种交钱,各种强制购物,“本来我妈妈每次外出都很节约,但这次因为‘特产’太多,还另外买了一个箱子,怕我们担心,还称是自愿的。”

陈女士还说,老年人除了遭遇消费陷阱,最主要的是还存在着安全隐患。她称,普通老年旅行团大多在30人左右,随团医生只在少量的旅行团中出现,更多的只能依靠领队来照顾老年人的健康和平安。如此一来,在老年团中经常会有游客突然身体不适,中途就要到医院就诊,风险很大。同时,旅行社为控制成本也只投保旅行社责任险,老人得自愿去另外购买人身意外伤害险。这样的做法显然没有考虑到老年人身体的特殊性。

此外,还有不少消费者表示,老年人报旅行团的时候,还因年龄的问题被要求多交“旅行附加费”。记者走访发现,这笔费用也成了各大旅行社“不成文的规定”。“年龄附加费不论多少,旅游局都不允许收取,有的旅行社就采用区分年龄,实行梯级价格的方式‘打擦边球’。”重庆一位资深旅游从业者向记者透露,旅行社针对老人额外收取附加费,并不是因为风险问题,而是旅游目的地的地接旅行社要求收取的,重庆的旅行社大都只是“代收”。

业界专家坦言,“从强买强卖到收取‘年龄附加费’,从‘零负团费’、‘购物陷阱’一直到公然打骂游客,旅游业的乱象屡禁不止,国家虽专门出台了相应的规范条例,但要根除弊病还任重道远。”



东方IC供图

## 要为老年人出游提供多方保障

事实上,关于老年旅游市场出现的乱象,国家相关部门早有关注,并于2016年9月1日正式实施《旅行社老年旅游服务规范》,以期借此逐步为老年人出游系好“安全带”。如今,距该规范实施已将近两年,记者走访发现,异常火爆的“银发游”市场却依然鱼龙混杂,缺乏监管。

据了解,目前各旅行社在具体操作过程中对于规范的执行力度亟待加强,除了一些大旅行社之外,部分旅行社的“老年团”产品并没有针对老年游客有改善性的升级服务。在路上旅业集团总裁钟晖曾表示,规范作为指导意见,在起草设立时也征集了一些企业的建议,但它毕竟不是一个强制性的法规,所以各企业在执行力度上会参差不齐。

对此,法律界人士表示,关于规范老年旅游市场,国家应该出台强制性的法律条文,各个地方依据相关规定,制定切合本地旅游市场实际情况的

法律细则,同时将旅游监管公开透明化,对一些违规者加大处罚力度。

“国家层面固然要有相关的标准出台,但旅游企业也应该出台一系列新的标准与特色服务。”从事旅游近二十余年的张靖认为,目前市场上很少有为老年人“量身定制”旅游产品,因此一些精品旅游路线,往往是老人和年轻人一同出游。

他还分析道,老年人属于“价格敏感性”用户,这也是一些低价团瞄准老人的原因之一,要改善这种局面,首先老年人要逐步改变观念,旅游是享受,花钱买服务,并且自觉抵制零负团费;其次监管部门要对旅游市场加强规范与监督,加大对违规旅行社处罚力度;再者国家层面应将老年旅游加入保险体系、救援体系和公共服务体系进行支撑。

还有业界人士建议,发展老年旅游市场,要应以人为本,保障老年游客权益;转变旅行社的经营模式,调动旅游部门和行业包括老年人的积极性,做大市场蛋糕;相关部门加强监管,规范运作,提升旅游服务质量,让老年旅游市场走上成熟稳定健康之路。



## 智慧便民 综合服务亭上岗

8月5日,北京海淀区中关村街道首个智慧便民综合服务亭在科泰社区上岗,方便居民购物。在跑步健身一小时,出来后在旁边挨着的24小时饮料售卖柜里买瓶水解渴,顺便在自助果蔬售卖柜里买点蔬菜、水果,还可以在书柜买本书回家看。这些都不必走远,下楼就能实现。

赵雅丹摄/东方IC

## “红旗”再出发加速振兴

本报讯(记者彭冰)8月1日,是国产汽车品牌“红旗轿车”60岁生日。在系列“迎生”庆典活动中,中国第一汽车集团有限公司对外发布了红旗品牌的最新产品,并启动“红旗小镇”城市综合体的建设。

1958年8月1日,第一辆“红旗”牌高级轿车(CA72)驶下生产线,终结了新中国不能自己生产轿车的历史。60年来,红旗人打造出了众多经典车型。在庆典活动中,一汽授予60余位优秀红旗员工“致敬·红旗人物”称号。当天,一汽还正式启动“红旗绿色智能小镇”建设。该小镇将以红旗品牌悠久文化的复兴为战略支点,以红旗智能工厂、文化体验馆、新型产业为重点,融智慧城市、智能汽车、智能交通等为一体,搭建起民族品牌创新创业发展平台。“限量100台L5定制版”也在红旗60周年庆典期间揭开了神秘面纱。中国第一汽车集团有限公司董事长、党委书记徐留平表示,一汽将抓住全球汽车产业变革机会,全面深化国企改革,加速红旗振兴。

## 山东出台系列减税措施

据新华社电(记者袁军宝 杨文)山东省近日出台《关于支持新旧动能转换重大工程若干税收政策的实施意见》,提出在已有税收政策基础上,继续释放政策红利为企业“减负”。

山东省提出,将研发费用加计扣除比例提高到75%的政策由科技型中小企业扩大至所有企业;将高新技术企业和科技型中小企业亏损结转年限由5年延长至10年;企业职工教育经费税前扣除限额比例由2.5%提高至8%;落实技术先进型服务企业减按15%的优惠税率征收企业所得税政策,服务出口免税或零税率政策;将实施节水和水环境保护专用设备投资抵免企业所得税优惠政策,对符合条件的企业可按专用设备投资额的10%抵免当年企业所得税应纳税额。

## 首条以地方投资为主高铁联调联试

本报讯 8月1日,我国第一条以地方为主投资建设的高速铁路——济青高铁启动联调联试工作,2日开始跑动车检测试验,线路预计今年年底建成通车。

据中国中铁电气化局三公司济青高铁项目负责人介绍,济青高铁是国家“四纵四横”太青客运通道的重要组成部分,同时也是我国首条以地方投资为主建设、技术标准最高的高速铁路。该高速铁路贯穿山东半岛,共设车站11座,自济南东站引出,引入青岛铁路枢纽红岛站,正线全长307.9公里,设计时速350公里。据悉,济青高铁开通后,将与京沪高铁和石济、石太等客运专线相连,形成山东半岛到京津冀、东北、中原、长三角的快速客运通道,同时形成省内2小时交通圈。(文者)

## 中车洛阳公司不断提升检修技术

本报讯 近日,中车洛阳机车有限公司获得国家铁路局颁发的HXD1型“和谐”电力机车C6修资质证书,成为维修企业首家获得C6修资质的企业。

此次中车洛阳公司取得资质的C6修,是当前机车维修中的最高级修程,其维修对象是行驶200万公里或行驶12年的机车,为获得HXD1型电力机车C6修许可证,中国中车全面落实铁路总公司提出的“数据检修、精准检修、精益检修和专业检修”总体要求,积极践行“修如新造、修由心造”的检修理念,认真细致做好技术准备、静态评估、样车试修、技术评价等各项准备工作。2018年5月27日,公司通过HXD1型电力机车车轮、轴箱驱动装置高级修资质审查,5月31日,公司检修的HXD1型电力机车C6修三台样车通过技术评价。(建华于虹)

## 美团扩张,饿了么变革,滴滴入局

# 外卖市场风潮再起

其业务属性不再单一,末端配送服务体系在融入阿里后有了更高的使用价值,加上口碑、盒马鲜生、菜鸟等的融合协作,也有助于其未来的发展。

从今年4月1日开始在无锡首次上线外卖业务以来,滴滴外卖已陆续开通了南京、泰州、成都等城市的外卖业务。业内专家表示,美团、饿了么的领先地位暂时无人能撼动,滴滴外卖的强势加入,目前虽尚不能对前者构成足够的威胁,但也给外卖市场带来一定变数。多元的平台竞争对于行业的发展有一定意义,能刺激各平台进行升级。

## 迈向精细化、智能化、无人化

陈礼腾认为,在线外卖行业逐步向智能化、无人化、精细化的方向迈进。

“消费节奏的加快要求服务平台不断提升其服务效率。而拥有更加高效的服务也为外卖平台打造更为牢固的用户粘性。人工或者半智能化的服务体系渐渐不能满足用户需求。”陈礼腾表示,外卖平台打造更加智能化的服务体系将成为平台提升竞争力的重要方式之一。

服务型产业无人化是未来的发展趋势,通过高新技术的运用使得服务行业从劳动密集型转向技术密集型。无人配送的使用能提高服务效率,长期来看更能节省成本。无人技术的应用,使得外卖平台价值进一步提升,拥有更高的壁垒,成为平台的重要竞争力。

用户体验一直是外卖平台所要把握的核心。因

## 子烨

近期,外卖市场风潮再起。

8月2日,在被阿里全资收购4个月之后,饿了么更新了其股权信息,原股东全部退出,新任股东为杭州阿里巴巴创业投资有限公司。再有,近日美团发布无人配送开放平台,将自动驾驶技术落地到外卖等配送场景上,引发业界关注。此外,新人局者滴滴外卖正在不断加速扩张的步伐,截至目前,滴滴外卖已经成功登陆南京、泰州、无锡、成都等城市,8月还将上线济南。

## 市场大局基本稳定

据电子商务研究中心发布的《2017中国生活服务电商市场报告》数据显示,2017年中国在线外卖市场交易规模约2096亿元,相比2016年1524亿元增长37.5%。其中,美团外卖、饿了么二者占据在线外卖市场90%市场份额。

电子商务研究中心生活服务电商分析师陈礼腾认为,在线外卖行业经过前几年的野蛮生长以及激烈竞争,用户的消费习惯基本养成,市场格局已基本稳定。

据了解,美团点评作为一家综合性生活服务电商平台,已形成深层次的用户习惯,并拥有较高效的末端配送服务体系和成熟的营销推广运营方式。而饿了么合并百度外卖,再被阿里巴巴收购之后,