

以往邮车每周两班,一车总包不过30个;现在每周5班邮车,每车总包都在300个左右

雪域高原邮路人:联通外界,见证巨变

本报记者 北梦原

“2007年我刚到这里时,邮车每周两班,一车总包不过30个。现在每周5班邮车,每车总包都在300个左右。”7月23日,从拉萨方向发来的邮车抵达山南浪卡子,邮政局局长贡觉增打开放车厢门,又是满满一车包裹。

近年来,随着交通条件的改善和当地经济水平的提高,西藏邮路日益繁忙。截至2017年,运行总里程超过948万公里的高原邮路,已经延伸到了雪域高原的每一个乡镇,平均每年投递921万件包裹、3984万份报刊、41.91万件信函。

近日,《工人日报》记者跟随西藏邮路采访团队前往拉萨、山南、日喀则等地,实地探访西藏邮路发生巨大变化,同时见证雪域邮路人的坚守。

包裹送进“世界之巅”

萨藏村主任扎西从邮递员曲巴次仁手中接过包裹时,天空下起了小雨。不远处飘扬着国旗,国旗下立着一座石碑:“世界之巅——海拔5375米”。这里是全球海拔最高的乡——普玛江塘乡,平均海拔超过5300米,有的村庄甚至超过7000米。

雨中的普玛江塘寒意逼人,三伏天里,口

中甚至能哈出白气。抱着大大的包裹,扎西还

是与曲巴次仁寒暄了几句。

2005年,曲巴次仁放下手中的羊鞭,成为普玛江塘的第一任邮递员。从那以后,他便成了普玛江塘9个村与外界联系的最重要纽带。

“以前这里从没见过穿绿衣服的邮递员,乡里也很少有人需要寄信或者寄东西。”曲巴次仁说,刚上邮递员时,他1个月的业务量不过一两封信。

尽管业务量很小,但工作并不轻松。“那时候乡里有一家人,小孩考上了拉萨的学校,经常给家里写信。家里人也不识字,来信了需要我给他们念,念完了我再代他们回信。”曲巴次仁说,单靠这一户人家,进了他家门没一两个小时出不来。但他觉得自己责任重大。

近年来,手机、网络的普及让普玛江塘的信件越来越少,但包裹数量却急剧增多,因为网购已成为当地百姓重要的生活方式之一。“平常一车至少有一二十个包裹,要赶上‘双11’,包裹一车都装不下。”

为了满足业务需要,曲巴次仁的邮车从最初的自行车、摩托车更新成了面包车。曲巴次仁负责的邮路也从普玛江塘乡拓展至浪卡子县,每周有5班邮车送来天南海北的包裹,普玛江塘与外界的距离从未如此之近。

120万平方公里雪域高原,在县以下单程里程超10万公里的邮路“最后一公里”上,类似的变化无处不在。自2015年以来,西藏565个空白乡镇邮政局(所)已全部竣工并投

入运营,行政村通邮率达91.6%以上,省外进藏邮包7天内即可送达。

珠峰脚下的邮局

雄伟的珠穆朗玛峰脚下,山谷间数十顶帐篷拱卫着珠峰大本营。营地中间,一座雪白的帐篷人流如织,这座帐篷便是全球海拔最高的主题邮局——珠峰邮局。

在这里,抽象的海拔数字转化为实实在在的高原反应,看不见的紫外线迅速钻进每一寸裸露的肌肤。一路颠簸至此的游客和登山者,或气喘吁吁,或激动不已,但缓过劲儿来,平复心情,珠峰邮局往往是他们的第一站。

为了更好地保护珠峰,珠峰大本营周围不允许修建任何永久性建筑。海拔5200多米的大本营寸草不生,除了祈福的经幡和玛尼堆,邮局成为雪域圣地人类社会活动的唯一印记。

来自江西的游客陈小姐一下车就冲进了邮局。“来的路上就听说珠峰有家邮局,从这里给朋友寄一张明信片,意义非凡。”

7月24日,记者来到珠峰大本营时,珠峰邮局里挤满了投递明星片和购买纪念品的游客。嘈杂的帐篷里,不停地传出加盖邮戳的当当声。

为明信片加盖邮戳,把珠峰“寄出去”,是26岁的藏族姑娘措姆的一项重要工作。从2011年以来,每年4月15日到10月15日,

她都会来到这个帐篷邮局里工作。

7年前一毕业,措姆就主动申请来珠峰邮局工作。“珠峰在当地老百姓心中是圣山,我们的生活一天好起来都是托珠峰的福。我在这里工作,既能守着珠峰,又能为那些慕名而来、喜欢珠峰的人服务,我觉得很满足。”措姆说。

每年,有超过6万张明信片,从珠峰发往世界的各个角落。明信片上不仅有雄伟的珠穆朗玛峰,也有措姆为游客留下的藏语祝福:扎西德勒。

乃堆拉山口有位“亚林叔”

7月26日清晨,边境上的小城亚东安静得只能听见亚东河奔流的水声。如同过去28年一样,邮递员亚林一大早就背上邮包,前往乃堆拉。

乃堆拉,藏语意为风雪最大的地方。中印国际邮件交换厅就矗立在乃堆拉山口上。每周四、周日11时,中印双方都会在此进行国际邮件交换。“邮件交换不仅承担着邮政通信的职责,也属于涉外工作,千万不能迟到。”亚林说。

从亚东河谷上到乃堆拉山口,海拔落差超过1500米,山路崎岖难行。“冬天一层雪,夏天一层泥”。但28年间,无论骑马还是驾车,或是徒步,亚林总是带着中印往来的国际邮件,准时出现在交换厅前。

乃堆拉不仅是国际邮件交换的最前端,也是国内邮路的最末端。作为乃堆拉邮路上唯一的邮递员,亚林不仅要负责国际邮件交换,还要为沿途的边防哨所寄送邮件。

趁着这次上山交换邮件,亚林给乃堆拉哨所战士陈近带来了老家寄来的包裹,包裹里有陈近期盼已久的女儿照片。

入伍11年,陈近一直记得“亚林叔”第一次给他送包裹的情景:“那天我正在执勤,雪特别大,车上不来,‘亚林叔’背着包裹走了3个多小时给我们送上来。”陈近接过包裹,“足足有30多斤”,这个重量让他第一次感受到了亲情的分量,也第一次让他对邮递员产生了敬意。

“可能与大城市相比,边境上要送的邮件和包裹都很少,但它的价值却很大。”亚林说,他已经50岁,战士们对他的称呼已经从“亚林哥”变成了“亚林叔”。但只要这条邮路需要他,他会继续走下去。

在雪域高原长达3842公里的边境线上,共有21个边境县、104个边境乡。34.35万平方公里边境土地上生活着40余万百姓与戍边将士。许多像亚林一样的邮递员,常年坚守于此。

近年来,西藏邮政持续加大投入,不断提升高边远地区的服务水平。2017年以来,21个边境县、73个边境乡、254个边境村的邮运和投递频次得到了提升。目前,所有边境村基本保持至少每周投递一次。

上半年查处违法广告案件同比增加36.9%

本报讯(记者杨召奎)国家市场监管总局近日表示,针对前不久媒体报道的虚假违法广告问题,已在前期工作基础上采取措施,进一步加大广告监管执法力度,核实处理报道中所涉及的具体案例,督导有关属地工商和市场监管部门严肃查处虚假违法广告。

今年上半年,全国工商和市场监管部门共查处违法广告案件1.5万余件,同比增加36.9%。

国家市场监管总局广告监管司有关负责人介绍说,早在今年2月,原国家工商总局等11部门就开始部署2018年整治虚假违法广告重点工作。为严厉打击互联网广告违法行为,原国家工商总局下发了《关于开展互联网广告专项整治工作的通知》,加大对社会影响大、覆盖广泛的门户网站、搜索引擎、电子商务平台、移动客户端等互联网媒介的整治力度,严厉查处社会影响恶劣、公众反映强烈、危害人民群众财产安全的虚假违法互联网广告。今年4月,国家市场监管总局向社会公开曝光典型案例20件,积极指导地方工商和市场监管部门查处“今日头条”“抖音”“邦瑞特生发神药”等违法广告。7月20日,国家市场监管总局公布了2018年典型虚假违法互联网广告案件,30家广告责任主体因在微信公众号、网店等互联网平台发布虚假违法广告受到行政处罚并被处以罚款。

国家市场监管总局表示,下一步,各级工商和市场监管部门将继续保持整治虚假违法广告高压态势,重点查处涉及广大人民群众重大利益和社会反映强烈的虚假违法广告,持续推进互联网广告专项整治工作,加强相关部门间的协调沟通,形成监管合力,营造良好广告市场环境。

贵州赤水竹海醉游人

8月13日,游客在赤水竹海国家森林公园游玩。

目前,位于贵州省赤水市的竹海国家森林公园进入观竹旅游旺季,众多游客走进这片绿色海洋,享受清凉和惬意。

新华社发(王长育 摄)



前7月,进出口总额16.72万亿元,增长8.6%

我国进出口规模创历史新高

本报北京8月14日电(记者北梦原)记者今天从商务部获悉,1月~7月我国进出口规模创历史新高,进出口总额达16.72万亿元,同比增长8.6%。其中,出口8.89万亿元,增长5%;进口7.83万亿元,增长12.9%;顺差1.07万亿元,收窄30.6%。

本报北京8月14日电(记者王冬梅)近期,中央电视台《焦点访谈》栏目报道了陕西黄陵煤化工有限公司(以下简称“黄陵煤化工”)长期违法排污导致环境污染防治问题。生态环境部高度重视,迅速组织调查核实有关情况,督促当地有关部门依法严惩恶意违法排污行为。

经查,涉事企业存在大量环境违法行为。一是环评、三同时制度落实不到位。黄陵煤化

据商务部外贸司负责人介绍,今年以来,我国进出口实现较快增长,结构持续优化,动力转换加快,质量和效益进一步提高,外贸发展稳中向好势头进一步巩固。

今年前7个月,在巩固美、欧、日等传统市场的前提下,我国对新兴市场进出口实现较快增长,与金砖国家和“一带一路”沿线国家贸易增速分别达到12.4%和11.3%。同时,国内区域布局更加均衡,中西部地区进出口增长15.0%,高于整体增速6.4个百分点,占比提高0.9个百分点至15.6%。

1月~7月,我国进出口商品结构进一步优化,机电产品出口增长6.8%,占比提高1.0个百分点至58.3%。其中,汽车、手机、计算机等产品出口分别增长17.9%、8.9%和5.2%。从经营主体来看,民营企业出口增长7.6%,占比提高1.2个百分点至47.7%,继续保持出口第一大经营主体地位。从贸易方式来看,一般贸易进出口增长12.7%,占比提高2.1个百分点至58.9%。

快增长,与金砖国家和“一带一路”沿线国家贸易增速分别达到12.4%和11.3%。同时,国内区域布局更加均衡,中西部地区进出口增长15.0%,高于整体增速6.4个百分点,占比提高0.9个百分点至15.6%。

1月~7月,我国进出口商品结构进一步优化,机电产品出口增长6.8%,占比提高1.0个百分点至58.3%。其中,汽车、手机、计算机等产品出口分别增长17.9%、8.9%和5.2%。从经营主体来看,民营企业出口增长7.6%,占比提高1.2个百分点至47.7%,继续保持出口第一大经营主体地位。从贸易方式来看,一般贸易进出口增长12.7%,占比提高2.1个百分点至58.9%。

生态环境部通报黄陵煤化工环境问题查处情况

工200万吨/年焦化及配套甲醇项目曾存在未经验收擅自投产的环境违法行为;甲醇驰放气综合利用制合成氨项目曾存在未批先建并投入生产违法行为。二是治污设施不正常

运行。焦炉推焦装煤作业过程中地面除尘站不正常运行,筛焦工段除尘装置长期不运行;企业动力车间部分烟气直接排放。此外,该企业还存在超标排污、规避监管等问题。

报告称平台经济发展面临消费者权益保护问题

本报北京8月14日电(记者杜鑫)平台经济的发展仍存在一些问题,比较典型的有消费者权益保护问题、垄断问题等。这是中国社会科学院工业经济研究所、中国社会科学院中国产业与企业竞争力研究中心及社会科学文献出版社今天在京共同发布的《产业蓝皮书:中国产业竞争力发展报告(2018)NO.7》中得出的结论。

平台经济,一般指一种虚拟或真实的交易场所,平台本身不生产产品,但可以促成双方或多边供求之间的交易,收取恰当的费用,或赚取差价而获得收益。

蓝皮书指出,以互联网平台为载体的新经济模式不断涌现,如以闲置资产使用权交易为核心的分享经济正在快速崛起,并以其强大的资源重构能力,在越来越多的行业领域塑造了一大批新兴的互联网平台企业。

蓝皮书认为,平台经济的发展仍存在一些问题。平台交易的确给消费者带来了便捷,但也加大了消费者权益受损的风险。一方面,网络虚拟性使得消费者无法分辨不法分子的欺诈行为,各种新型技术更是使得欺骗方式层出不穷,让消费者防不胜防;另一方面,网络超地域性也会使得网络消费者的权益保护难度增大。此外,平台经济时代,经济模式已经发生了变化,需要建立适应于新经济产业发展的竞争规则。应针对平台经济的竞争特点,对当前反垄断理念、规则进行重大改造,变差,形成适应于平台经济发展的竞争规则。

远看像新闻,近看是广告!

——揭秘网络违法软文广告地下产业链

能力造成不良影响的事物》的文章,出现在江苏某新闻网站热点资讯栏目上。文章在“科普”的同时,将“代孕服务联系……”等信息穿插其中。记者发现,3月至5月,该网站至少为此代孕机构发布40条以上的软文广告。

福建君宇律师事务所律师陈灿良表示,早在2001年,原卫生部颁布的人类辅助生殖技术管理办法就规定,医疗机构和医务人员不得实施任何形式的代孕技术,代孕在我国尚属非法。代孕、赌博类广告违反广告法中“妨碍社会公共秩序或者违背社会良好风尚”等禁止性规定,属于违法广告。

记者发现,不少违法广告混杂在新闻资讯中,很容易让读者以为是真实的新闻信息。以新闻作外衣——正文开始宣传——文末留联系方式,这几乎成为此类广告的普遍套路。

软文代发一条龙,价格每条几元至几十元

记者上网搜索发现,不少QQ群打着“软文代发”的名义,做着发布违法广告生意。

在一个名为“医疗新闻源软文”的QQ

群中,多名中介轮番发布各大网媒的软文登载价格,有的明确打出“专发医疗、加盟、微商、代孕垃圾稿,审核宽松,内容无关”等信息招揽生意。

记者随机选取几名中介询价,发现软文发布价格与新闻资讯网站的知名度相关,以网站名义发布的每篇软文价格普遍在15元至50元之间,而以自媒体账号名义发布的软文,每篇软文的价格甚至可低至5元。

记者尝试写成一篇900字的假药“新闻”发给中介,表示想宣传一下,文中虚构了一款“祖传秘方”,并在文末以图片形式留下个人微信号。中介得知产品没有任何生产批号后,仅表示“新闻不要编得太离谱就行”。

一位曾做过此项生意的客户告诉记者,他曾经花15元将一条题为“安徽一男子香港脚伴十年,被奇方治好”的软文发布在一个财经新闻网站上。该文最终还以60元的价格登上一家知名新闻网站,以20元的价格登上另一家知名新闻网站自媒体账号。

记者咨询的不少中介都表示,对于带联系方式的医疗类软文,自媒体平台审核较严,往往

会屏蔽链接,而网站则宽松很多。“网站容易被上当受骗。”

严格落实“显著标明‘广告’”规定,加大问责力度

庞大的软文市场为违法广告发布提供便捷,严重损害消费者利益,有些甚至造成了恶劣的社会影响。日前,一则出现在多个网媒上的彩票“新闻”《95后奇女子,躺家10天,只用100元存款,刷出20万收入》,文章中提供非法彩票网站的联系方式,不少彩民上当受骗。

专家建议,网络监管部门应加强对失信网络媒体的曝光、处罚和问责。陈灿良表示,应由网络监管部门建立网络媒体失信黑名单,将通过软文形式发布违法广告的媒体列入名单,定期向社会公布,并给予相应处罚。

中国政法大学传播法中心副主任朱巍认为,互联网广告管理暂行办法已明确规定,互联网广告应当具有可识别性,显著标明“广告”,使消费者能够辨明其为广告。然而从目前情况看,一些新闻资讯网站并未真正落实相关规定。

浙江大学公共政策研究院客座研究员夏民认为,网络媒体要提高甄别真假信息的能力,对于被投诉和曝光的案例和相关责任人要严肃查处。

同时,通过技术手段提高稿件过滤效率。重庆大学新闻学院院长董天策认为,传统敏感词屏蔽的模式较为单一,存在漏洞。可以通过数据积累和学习能力的迭代升级,建立多维度的稿件筛选机制。

(新华社福州8月14日电)

诚信建设万里行