

“多亏环保部门引导我们整改,现在不仅环保达标了,企业也发展得更好了”

# 投重金整改,重庆多家企业走上发展快车道

当地环保部门负责人表示,不搞“一刀切”关停,并不意味着对污染行为开绿灯

**本报讯** (记者李国)“多亏环保部门引导我们整改,现在不仅环保达标了,企业也发展得更好了!”1月15日,重庆标范沃尔多原种猪繁育公司(以下简称“沃尔多公司”)总经理助理覃林对《工人日报》记者说。

覃林告诉记者,公司成立于2008年,年出栏种猪1万余头,是重庆永川区最大的种猪提供基地。企业修建养殖场时,完全是按照环保要求规定,排污通过粪污干湿分离、农田消纳等方式进行处理。后来,由于养殖场规模扩大,农田消纳能力不足,导致当地小安溪水质受到一定影响。

去年4月,重庆市发布第1号总河长令,

在全市开展污水偷排、直排、乱排专项整治行动。出于环保考量,凡在距离河流500米范围内的污染企业均需关停。永川区组织区长河办、生态环境局、水利局、城市管理局、临江河指挥部等职能部门和23个镇街,对相关领域逐步排查,提出需要对距离小安溪350米的沃尔多公司予以取缔。

“可喜的是,当地环保部门没有简单执法,而是考虑受去年生猪市场大环境影响,许多养殖企业已经损失惨重。发展经济和保护环境协调并重,力求相互促进互惠共赢。”覃林说,相关部门邀请专家反复论证后,最终决定引导企业实施环保技术改造,彻底整治养殖污染行为。

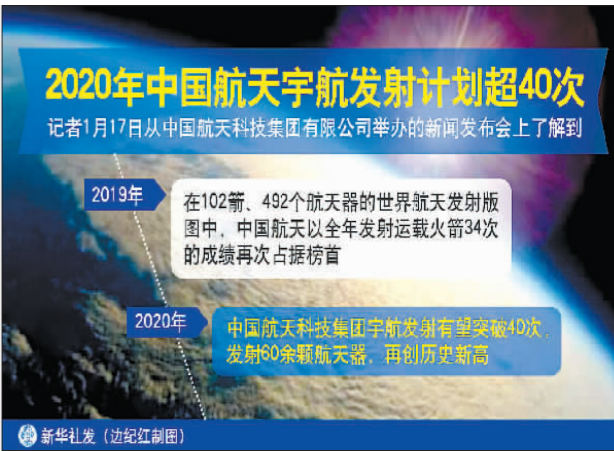
为此,沃尔多公司投入300余万元修建了污水处理站,令养殖污水通过调节池、初沉池、厌氧反应池等10多道工序处理后,实现达标排放,再通过城镇污水管网进入重庆渝西污水处理厂,从而杜绝了因养殖给附近小安溪河流造成的环保污染。如今,公司效益稳步提升,实现了企业发展与环境保护的双赢。

与沃尔多公司有类似情况的还有长城汽车重庆分公司永川生产基地(以下简称“永川公司”)。重庆永川再生资源公司等多家企业。例如,永川公司也曾遭遇环保问题的困扰,但在当地环保部门的支持下,通过投入相应资金针对大气污染源产生最多的涂装车间,

引进先进的VOC污染物处理环保设施进行处理,令其排放标准达到甚至低于国家排放标准。在没有环保压力之下,永川公司走向发展快车道,从投产到第1万台汽车下线,用时总共不足100天。

有关专家指出,有的企业不重视环保,少投入甚至不投入资金进行污染治理,怕影响企业利润。但实际上,在没有环保“包袱”之下,企业才能更专心谋发展。

当然,不搞“一刀切”关停,并不意味着对污染行为开绿灯。“对于没有合法手续,且达不到环保要求的,同样要依法严厉整治。”重庆永川区环境保护行政执法支队负责人说。



## G 聚焦春运

# 求学路上的“摆渡人”

**本报讯** (记者杜鑫)“乘坐渡船有哪四不准,同学们知道吗?”“不在船上嬉戏打闹,不争抢上下船……”1月10日是今年春运的第一天,恰逢广西北流市北流镇龙安村龙安小学的小学生放假集体回家。在该村坡心渡口,广西玉林海事处处长黄柱超对47名等待过渡的学生进行了寒假前的“考试”。听到孩子们流利的回答,他脸上露出满意的微笑。

一条80米宽的北流河将龙安村分隔成两半,龙安小学位于河流的岸边,家住河对岸的孩子怎么上学成了摆在家长面前的大难题。如果没有渡船,孩子们只能绕行10公里走村路求学。

为了能让小孩子安心上学,龙安村村委出资建造了一艘渡船用于搭载学生过河,但谁来开又成了另一个难题。家住龙安村的吴忠,原本是梧州航运公司的船员,在下岗后本可继续从事收入更高的商船船员的职业,但他却从2006年起自愿做起了这些学生的“摆渡人”。

为了不耽误孩子们上学,吴忠常常在早上6点就赶到渡口,等待过渡的孩子们。到了冬天,冰冷的甲板和江面都散发着寒意,他索性将家里的被子也搬到船上,来早了,就在船上先眯一会。由于渡船是缆渡,吴忠只能通过自己的双手一点点将每一渡的学生缓缓送到对岸,短短的80米行程,来回一趟需要10分钟,吴忠的手心也慢慢地磨出了老茧,留下了缆绳的勒痕。

由于长期的风吹日晒,船上的救生衣老旧破损无法使用。渡船为义渡,缺少收入来源,更换新款的船用救生衣困难重重。为了保障学生平安过渡,了解到这一情况的贵港海事局及时联合当地港航部门免费为渡船更换了全部的25件船用救生衣。考虑到学生集中过渡,当地政府又为吴忠送去了20件儿童专用救生衣。

15年来,从10公里到80米,吴忠用自己的双手拉近了孩子们的求学路。

不过,今年将是吴忠最后一个在岗的春运。随着北流市渡改桥工程的推进,龙安村正在新建一座跨河桥梁,用以解决学生和村民的出行难题,届时义务摆渡的渡船将予以注销,吴忠也将从这个岗位退休。



## 强化监测保安全

春运序幕拉开后,中国铁路郑州局集团公司洛阳供电段注重运用科技手段,强化电气化铁路供电设备技术监测能力,全面提升铁路运输安全水平。图为该段职工在监测供电设备。 唐冠星 摄



## 确保旅客安心出行

为实现“平安春运、有序春运、温馨春运、让旅客体验更美好”目标,太原铁路公安局紧盯高铁和旅客安全,通过举行春运首日启动仪式、开展特色的爱民宣传服务等活动,确保旅客安心、温馨出行。 毛千千 摄

## 全力“呵护”春节电煤运输

**本报讯** 春节将近,全国各地家庭用电量增长势头迅猛,电煤需求量激增。身处中国国家铁路集团公司煤炭扩能“六线六区域”主战场,担负晋煤外运任务的焦作车辆段深入研判安全风险,优化生产组织,精检细修货车,全力确保春节期间电煤运输安全畅通。

该段按照“电煤优先、快快快发”的思路,实时掌握管内各列检作业场电煤列车到发情况和车辆运行状态,及时根据车流动向、天气变化,加强生产组织和调度指挥,督促各车间加强与车站沟通联系。在掌握电煤列车运输信息后,根据现场作业情况,提前分配技检任务。在保证车辆安全的前提下,尽量压缩技检作业时间,确保了电煤列车快进快出。(高方 冯亮)

## 海南离岛免税销售额去年增幅超三成

1月19日,顾客在海口日月广场免税店购物。

记者近日从海南省财政厅获悉,海南离岛免税政策效应不断扩大,2019年全省离岛免税销售额136.1亿元,同比增幅超过三成。

新华社记者 郭程 摄



# 我国耕地保护依然面临多方面压力

**本报北京1月19日电** (记者杜鑫)“从督察情况看,耕地保护依然面临多方面压力。”国家自然资源总督察办公室副主任马素兰今天在通报2019年国家自然资源督察机构开展耕地保护督察的有关情况时表示,一些地方没有处理好保耕地、保发展、保生态的关系,耕地保护责任未有效落实,占补平衡制度执行不到位、突破用途管制审批和占用耕地、土地利用粗放等问题仍然存在,耕地保护形势严峻。

上述督查发现,全国28个省部分项目补充耕地数量不实,涉及16.98万亩,主要表现为现有耕地面积少于验收收入库面积,实地现状为非耕地,将已退耕还林地地块纳入土地整治等。

督查还发现,全国违法违规占用耕地114.26万亩,其中,占用永久基本农田14.34万亩。

圈占、闲置浪费耕地也是督查中发现的较为普遍的问题。各地多措并举,积极盘活消化和利用存量用地,但也发现一些地方为

提高供地率和闲置土地处置比例,存在弄虚作假、处置不实行,耕地依然被圈占、闲置浪费。其中,发现在处置批而未供中存在虚假供地、虚假撤回批准文件等问题的项目1826个、15.4万亩,发现闲置土地处置不实问题的项目728个、5.41万亩。

此外,还有一些地方违法违规审批建设占用耕地。一些省份为规避占补平衡,将耕地按照建设用地等其他地类上报审批,涉及9.49万亩。

# 去年消费投诉呈现四大变化

**本报讯** (记者杨召奎)中国消费者协会1月17日发布的2019年全国消协组织受理投诉情况分析显示,互联网服务、生活社会服务类、销售服务、教育培训服务与电信服务居服务类投诉量前5位。家用电子电器类、交通工具类、日用商品类、服装鞋帽和食品类投诉量居前五位。

与2018年相比,2019年消费投诉呈现四大变化:

一是远程购物投诉在全部投诉中占比大幅度下降,从多年第一退居第三位。远程购物中电商所占比例最大,这个变化反映出电商消费环境得到优化。

二是经营性互联网服务首次成为服务类投诉第一,这是与数字经济、数字消费迅速增长成正比的。随着消费者数字生活比重的提高,经营性互联网服务的投诉数量及比重可

能长期居于前列。

三是教育培训服务第一次进入服务类投诉前十位,且居第四位。与培训有关的关键词是“跑路”。2019年,“预付式消费”已经从健身、美发美容、洗车、餐饮进入教育培训等领域,成为维权老大难。

四是消费需求侧出现变化,部分供给侧经营者跟进不力。

# 春节网络红包大战到底图个啥?

## G 经济观察

本报记者 杨召奎

随着春节临近,网络红包大战也一触即发,让春节热闹喜庆的气氛从线下逐渐蔓延到线上。

据悉,自从2015年春节微信红包“蹿红”后,网络红包的作用愈发受到互联网公司的重视。截至目前,除了阿里巴巴、京东、百度、拼多多、苏宁易购等互联网巨头,快手、抖音、腾讯微视等短视频平台也纷纷上线春节红包补贴活动,红包金额再创新高。据不完全统计,上述平台公布的红包金额总额已超过百亿元。

有网友调侃:终于有机会亲自参与百亿元的大项目了!

各大互联网巨头砸重金加入网络红包大战,到底图个啥?投入真金白银可不只是为了营销、刷存在感,网络红包背后的流量、支付、消费等才是互联网巨头们所看重的。

不进则退,慢进也是退,流量焦虑是所有互联网公司的“通病”,即便对于日活几亿的巨头们也不例外。

快手以10亿元砸向央视春晚便是例证。去年6月18日,快手创始人宿华提出了2020年春节之前完成3亿DAU(日活跃用户数量)的目标。对于快手而言,要完成这一目标,“顶级流量池”春晚的流量至关重要。有业内人士认为,快手拿下央视春晚红包互动项目之后,离3亿DAU的目标就近在咫尺了。

获取流量只是第一步。发网络红包是一种“广撒网”的形式,可由点及面获取大量用户。而获得流量之后,通过各种组合方式进行细分,将用户引流到自家的其他产品或

服务APP上,进而获取用户价值,最终实现流量的价值变现,才是重中之重。为此,各大互联网公司根据自身的特点推出了差异化的玩法。

有业内人士指出,今年的网络红包大战,各大互联网公司“不约而同”采用“集”的形式,连接了各自旗下众多的产品,为其经营的多种产品或者合作伙伴提供推广。例如,今年支付宝五福活动向合作伙伴开放,用户在扫福过程中还将获得来自星巴克、可口可乐、欧莱雅、安慕希等品牌的拜年特效,而翻转福卡刮奖还能得到相应品牌的优惠券。

此外,用户在领取网络红包之后,要么把钱存在平台上,要么在平台上把钱花掉或者理财,要么提现。如果用户把钱花在平台上或在平台上理财,也算是“肥水不流外人田”,而且这比花钱打广告似乎更划算。如

果用户申请提现,则可能要将银行卡账号信息与平台关联,对于互联网平台来讲,有利于扩大自己的支付用户。

值得一提的是,虽然参与春节网络红包大战的公司不断增加,投入的金额也越来越大,但由于参与的人也越来越多,最后用户耗时费力抢到的红包或许就是一二元钱甚至更少。这样一来,用户就会有种失落感。如何让用户继续保持对网络红包乃至促销红包的热情,值得互联网公司深思。

对于用户来说,春节期间,抢红包虽然开心,但也要当心不法分子趁机敛财,让自己闹心。比如,植有木马程序的红包因更具有技术性而隐蔽性而令人猝不及防,因此千万不要轻信需要输入收款人信息的红包、AA红包、需输密码的红包、分享链接的红包等。而对于一些理财性质的红包,则要结合自己的实际情况,根据风险情况谨慎投资。