

沈阳规定实行物业管理的区域物业服务企业为管理责任人

生活垃圾分类，物业担起责任了吗？

本报记者 刘旭 本报通讯员 温馨

《沈阳市生活垃圾分类管理办法》规定，实行物业管理的区域物业服务企业为管理责任人。责任人应当建立生活垃圾分类日常管理制度，在责任范围内监督生活垃圾分类，设置生活垃圾分类收集容器，明确不同种类生活垃圾的投放时间、地点，分类收集、贮存生活垃圾，将生活垃圾交由专业服务单位运输。

该办法实施两个多月来，执行情况如何？如何调动物业参与生活垃圾分类的积极性？《工人日报》记者对此进行了调查。

部分物业不上心

7月11日17时，记者在沈阳市于洪区某小区看到垃圾桶分为可回收垃圾桶和其他垃圾桶。在两个小时内，有16户业主投放了垃圾，都是顺手一扔，没分类。

该小区业主张阳告诉记者，两年前，小区就设置了分类垃圾桶。他本以为环境会有所改善，也按着分类要求分倒垃圾，但坚持半年就放弃了，因为邻居几乎没有人这么做。

该小区物业管理公司总经理柴和勇解释说，最开始公司安排了12名保安和保洁员轮班当监督员。一段时间后，因员工抱怨太多被迫取消垃圾分类。“垃圾分类后，没有让物业有更多收入，工作量反而加大，我们还没法给员工多发工资。而且，白天排班16个小时，半夜仍有业主乱扔，效果不好。监督员也不敢说太多，怕得罪业主，怕他们不交物业费。”

柴和勇告诉记者，目前，公司正在和小区业主委员会协商，组织、邀请业主参与进来，当垃圾分类志愿者。物业公司可以免费培训，并提供有统一标识的坎肩。

政策引导

辽宁省物业管理行业协会副会长兼秘书长安俊峰介绍说，目前，沈阳已出台相关政策，引导业主积极参与厨余垃圾精准投放，按次积分。由政府采用积分换公益等方式兑付积分，物业根据实际管理情况采取个性化奖励激励措施。

“如果政府、社区等给物业公司一定支持，且有奖励，也有惩罚，物业公司一定会主动、积极参与。”柴和勇说，社区生活垃圾分

要靠政府、社区、物业、居民的多方合力，任何一方出现短板，都会使垃圾分类的成效大打折扣。

目前，垃圾清运收费是按照垃圾总量或者户数来收取。“是否可以对不同类别的垃圾进行收费。比如，餐厨垃圾没有混杂其他垃圾，可以不收费或者少收费。反之，要是混杂较多就收取一定的费用。在这种奖励措施下，物业一定会高度重视，努力引导业主进行分类。”张阳说。

沈阳市房产局物业处处长洪鹏表示，物业服务企业要按照《沈阳市生活垃圾分类管理办法》明确的相应职责以及《物业服务合同》约定的相关内容，积极主动配合相关部门做好垃圾分类工作，制定生活垃圾分类日常管理制度和操作规范，配置分类收集容器，引导和推动投放家庭厨余垃圾；建立督导员队伍，建立定时定点投放制度，主动与分类合作企业签约，积极开展分类宣传发动工作。

分类攒积分

沈阳一些小区的物业积极参与生活垃圾分类后，发生了可喜的变化。在城建乾元小

区，每个主要进出通道路口都放置了一套智能回收箱设备，主要收集可回收物和有害垃圾。在智能回收箱旁有一个环保屋，主要用于暂存垃圾，同时兼作督导员临时休息和业主积分兑换的场所。

业主只需拿一张小区一卡通就可以进行分类垃圾，投放可回收物、厨余垃圾，并换取积分。物业登记业主的门牌号信息，业主刷卡投放时，门牌号、垃圾重量及类别、投放时间等相关信息在平台上显示得清清楚楚。积分可以用来兑换现金，也可以抵扣物业费。

“投放难、参与难一直是生活垃圾分类的两大难点。”沈阳市沈河区文荟社区党支部书记张毅说，城建乾元共有566户，是他们重点打造的“四分类”（可回收物、有害垃圾、厨余垃圾、其他垃圾）精品示范园区。在示范园区建设前，城建乾元9个垃圾投放点位日产垃圾总量最高峰可达1300公斤~1500公斤。

如今，该小区厨余垃圾投放参与人数从每日10余人次增长到每日100余人次，厨余垃圾收集量每日达60公斤~80公斤，日有效生活垃圾分类减排量达205公斤~340公斤。



非遗京绣绣出增收致富路

7月18日，隆尧县北楼乡一家服装企业，工作人员在绣制京绣产品。

近年来，河北省邢台市隆尧县大力推进服装产业转型升级，鼓励当地企业引进京绣

等传统技艺，发展旗袍、手工刺绣等非遗文化产品，并免费为当地留守妇女提供刺绣技能培训，在促进服装产业发展的同时，推动了传统非遗技艺的传承。 新华社记者 路学峰 摄

南水北调中线工程累计调水 400 亿立方米

本报北京7月19日电（记者蒋蕊）截至目前，南水北调中线一期工程自陶岔渠首累计调水入渠水量达400亿立方米，向河南省供水135亿立方米，向河北省供水116亿立方米，向天津供水65亿立方米，向北京供水68亿立方米。中线工程已成为京津冀豫沿线大

中城市地区主力水源，直接受益人口增加至7900万人，比2015年通水1周年时的3800万受益人口增加1倍多。

中线工程连续安全平稳运行2400多天，水质达到或优于地表水Ⅱ类标准。工程优化了水资源配置格局，保障了群众用水安全，复

苏了沿线河湖生态环境。

中线工程通水近7年来，工程供水由“辅”变“主”，已由规划时的受水区沿线大中城市生活用水的补充水源，转变为主要水源，改变了京津冀豫受水区供水格局。中线各受水城市的生活供水保证率从最低不足75%提高到95%以上。

一些竹农上半年挖笋、下半年伐竹，年收入能达10万元

竹林成赤水人持续增收的“绿色银行”

本报记者 王冬梅

近日，记者跟随国家林草局组织的“访红色圣地，看绿色新貌”采访团从贵州省遵义市一路向北，进入赤水地界后，满目翠绿，满山翠竹。

“退耕还竹”的生态治理模式

目前，赤水市竹林占国土面积比例和农民人均占有竹林面积均位居全国第一，先后荣获了“贵州省森林城市”“中国森林氧吧”、国家生态市、中国十佳绿色城市、“绿水青山就是金山银山”实践创新基地等荣誉称号。

贵州省1998年启动天然林保护工程，严禁采伐天然林。1999年，赤水市被列入天保工程县(市)。2001年，赤水市被列为退耕还林工程试点县(市)。竹子因种植广泛、且采伐后可循环生长利用，在退耕还林树种选择中脱颖而出，赤水市从此开启了“退耕还竹”的生态治理模式。

“赤水市天然林资源保护工程实施近20

年来，全市森林面积由2000年的171.3万亩上升到目前的224万亩，森林覆盖率由2000年的63.4%上升到目前的82.51%。竹林对节能减排、实现碳中和目标都有很大贡献。”7月14日，赤水市林业局局长廖艳飞告诉记者，赤水河每年排入长江的泥沙量减少400万吨以上，全市景区空气负氧离子含量高达每立方厘米5.2万个，空气优良率常年保持95%左右，水源达国家ⅠⅡ类水质标准，饮用水源水质达标率达100%，赤水河河水出境断面水质常年保持在Ⅱ类水质以上。

一根翠竹富了一座城

“赤水市是一根翠竹富了一座城，一根竹子吃到底。从最初的种竹、卖竹，到初级加工，再到精细加工，赤水竹产业链已日趋成熟。”7月14日，赤水市副市长张小平说，目前该市已培育各类竹加工企业近400家，规模以上企业28家。

据介绍，赤水市把加快推动竹产业链发展列为2021年重点工作。赤水市“十四五”时

期主要目标任务中明确，打造竹浆纸制品、绿色食品、竹木家具等“3大百亿级产业园”；打造全国最大的竹循环利用示范基地；组建贵州省竹产业研究院。

在赤水，18万竹农每年靠出售竹原料和竹笋人均增收3200元。有的竹农家中拥有上百亩竹林，他们上半年挖笋、下半年伐竹，年收入能到10万元。竹林已成为赤水群众持续增收的“绿色银行”。

赤水市形成了竹建材、竹装饰板材等6大系列300多个品种的竹产业，产品销往20多个省市区及日本、韩国等17个国家和地区。2020年，赤水竹产业产值达到62亿元，贡献税收2亿元。

青青翠竹不仅给赤水带来了工业原料，还孕育了以竹海国家森林公园、燕子岩国家森林公园为代表的旅游景区，带动10万余人吃上旅游饭、走上旅游路、挣上旅游钱。

竹子变成纸制品、美食和工艺品

7月15日，记者走访了赤天化纸业公司、竹运纸业公司、红赤水集团和新锦竹木制品

公司，看到了一根根竹子如何变成纸制品、美食和工艺品的过程。

记者在贵州赤天化纸业公司看见堆积如山的竹原料，经过发酵、漂白等20多道工序，变成一捆捆原纸。赤天化纸业常务副总经理王云义介绍，该公司是目前世界上工艺技术最先进、单系列产量最大的竹浆生产企业，现纸浆产能36万吨/年，生活原纸19.5万吨/年。2020年，赤天化纸业实现纸浆产能36万吨，生活原纸年产能19.5万吨，产值达13亿元。

在新锦竹木制品公司，记者看见多种竹地板、竹家具、竹工艺品。该公司负责人介绍，竹制马桶盖是出口量最大的竹制品。

在贵州红赤水集团公司的生产车间，记者看见工人把竹笋制作成美味食品，装进印有“红赤水”“砂锣妹红油脆笋”等商标的包装袋。红赤水集团电商部运营助理刘朝梅拿出一袋竹笋告诉记者：“这一款是去年的网红零食，开袋即食，消费者特别喜欢自己动手剥掉笋皮吃里面的嫩笋。味道鲜美，一度脱销。”



雄安郊野公园试运营开园迎客

这是7月15日拍摄的雄安郊野公园(无人机照片)。7月18日，河北省雄安新区雄安郊野公园试运营开园迎客。公园总面积2.62万亩，拥有14个展馆，是雄安新区“一淀、三带、九片、多廊”生态空间格局的重要组成部分。

新华社记者 朱旭东 摄

自然资源部加强和改进矿产执法工作

矿产品价格猛涨的矿种将被重点关注

本报讯（记者杜鑫）自然资源部近日下发的《关于加强和改进矿产执法工作的通知》(以下简称《通知》)提出，严肃查处矿产资源违法的突出问题，持续深化矿产资源日常执法，着力纠正矿产执法不严的问题，努力形成齐抓共管的强大合力。一段时间以来，一些地方矿产违法问题有所抬头，无证采矿、越界采矿等老问题屡禁不止，建设工程实施中采矿牟利、以修复治理名义违法采矿等新问题时时有发生；一些地方矿产执法不严，违法线索核实不认真，没有依法依规认定违法行为，该立案不立案、该没收不没收、该移送不移送，存在执法宽、松、软的问题。

《通知》要求，加强矿产违法形势分析研判。重点关注一段时期内矿产违法数量多、上升快的地区和矿产品价格迅猛上涨的矿种。提高政治敏锐性，把长江、黄河沿线和自然保护区以及矿产资源禁勘禁采区、生态红线范围等生态敏感区和违法采矿高发区作为矿产执法重点区域，有针对性地加大执法查处力度。对问题突出、易发高发、屡查屡犯的，要划出工作区域提请同级政府开展集中整治。

《通知》明确，严格依照矿产资源法律法规，从严查处无证勘查采矿、越界勘查采矿和破坏性采矿等违法行为，对违法情节严重、严重破坏生态环境的问题，在自由裁量限度内从重处罚，公开通报查处结果，做到查处一案、教育一片、警示一方。

掘金私域电商，关键点在哪？

G 经济观察

本报记者 杨召奎

眼下，电商流量的格局随着私域流量的兴起发生了很大变化。

所谓私域流量，就是个人拥有完全支配权的账号所沉淀的粉丝、客户、流量，可以直接触达、多次利用的流量。对于商家来讲，包括自家的微信公众号、小程序、APP等产生的流量。最初，商家主要通过淘宝、京东、拼多多、抖音这些平台获取流量以推广自己的产品和服务，而这些平台的流量属于公域流量。

但慢慢地，商家发现，从平台获取流量的成本越来越高，而且平台都会把客户、交易相关数据当作自己的核心资产，不会完全共享给商家。因此，如何玩转私域电商，作为公域流量的有效补充，已成为摆在品牌商和渠道商面前的一道不得不攻克的难题。

数据显示，私域电商正在快速崛起。2021微信公开课Pro的数据显示，2020年微信小程序日活用户已经超过4亿，人均使用小程序个数增长25%，人均小程序交易金额增长64%……

那么，掘金私域电商，关键点在哪里？7月9日，在山东青岛举行的微店“私域大咖资源对接会”上，微店商家平台负责人付学浩表示，公域电商市场规模已超10万亿元，年增长率为20%，与之相对应的私域电商目前的市场规模为2万亿元，但增长率达到了200%。这些数据表明，流量私域化趋势在加速，正处于风口拐点。

在就当下私域电商的发展趋势给出了判断的基础上，付学浩就如何做好私域电商这一商家普遍关心的问题，给出了解读：首先是从0到1，建立自有私域流量池。第二阶段是从1到100的阶段，这一阶段需要要在自己的私域流量池中筛选和培育超级用户。第三阶段是从100到N的阶段，在这一阶段需要打造强有力的IP。

付学浩同时强调，分销是私域电商发展的核心引擎。那么，商家应该如何做好分销呢？大会现场，微店商家平台产品运营负责人阙盈盈给出了系统的解决方案：分销起步需要借助各类分销工具，而微店分销网络根据代理特性做差异化管理，分为推手模式、分销模式和供货模式，商家可以根据自身特点选择不同的分销模式。越来越多的创业者在微店取得成功，与熟练使用这些工具密切相关。

如果说，理解大势所趋和系统解决方案是玩转私域流量的“道”，那么，属于“术”层面的实战经验分享也必不可少。

月均产品销售额28万元+，获得大量粉丝好评……在不少商家看来，已经是创业老兵身份的康宝妈颇具神秘色彩。不过在康宝妈眼里，能成功运营两家微店的诀窍并不神秘，除了选品以外，关键点在与用户的相处。

“在产品推广步骤上，信息触达非常重要。首先需要锁定初始人群，然后是制作‘傻瓜说明书’，坚持每天提醒、互动，并在交流中建立情感，稳定老用户，最后是针对重点人群进行投放，吸引新用户。”康宝妈说。

从事纺织品行业的南通慕居纺织科技有限公司销售负责人杨明珠表示，好的品牌商离不开好的渠道商，好的渠道商，更需要好的品牌来支撑，两者相辅相成、密不可分。

事实上，让品牌商和渠道商面对面交流互动，也是此次“私域大咖资源对接会”的重要内容。“我们乐见平台越来越多的品牌商和渠道商在这里握手。”付学浩表示。