

电是高铁列车运行的唯一动力,接触网挂异物可能会使动车组失去动力来源

“小地膜”缘何屡给接触网带来大麻烦?

本报记者 李昱霖 本报通讯员 刘乐吟

刚刚过去的“五一”假期,电气化铁路接触网在大风天气下遭异物侵扰的新闻频上热搜。京广高铁、京津城际、京沪高铁、京哈铁路、津山铁路供电接触网等纷纷“中招”,导致部分列车晚点、停运。

为何铁路接触网这么怕大风、怕“异物”侵扰?有什么办法可以进行防护?如何守好铁路沿线“安全红线”?近日,铁路专业人士向《工人日报》记者进行了详解。

多趟列车因接触网挂“异物”晚点

5月1日傍晚,北京铁路公安局石家庄铁路公安处发布通报称,京广线铁路定州市境内因大风吹扬地膜,致接触网故障,导致部分列车晚点。北京铁路公安局石家庄公安处在沿线附近查获使用地膜覆盖耕地的耕地使用者赵某某,现正依法开展调查。

5月4日,受大风天气影响,又有京津城际在天津市武清区境内南仓线路所至天津站间接触网挂异物,导致京津城际下行部分列车晚点运行;京沪高铁在北京市管内北京南至廊坊间接触网挂异物,导致京沪高铁上下

行部分列车晚点。记者注意到,近年来,因大风将异物刮到铁路供电接触网上,导致列车出现晚点、停运的情况并非个例。

接触网为何怕地膜等侵扰?

为何小小的薄膜能够引发高铁接触网故障,导致列车大面积晚点、停运?接触网真的很“脆弱”吗?

中国铁路北京局集团有限公司石家庄供电段接触网技术科工程师张子超告诉记者,高铁列车运行,电是唯一的动力,需要列车受电弓和接触网接触网连接获得动力。

张子超说,接触网挂异物从材料类型来说,分为导电型和绝缘型两种,像铝箔纸包装、风筝线、脏污的塑料袋等都属于导电型异物,一旦挂到接触网上就可能造成跳闸,让电力机车、动车组失去唯一的动力来源;另一种是绝缘型异物,虽然不导电,但是一旦侵入高速行驶的电力机车、动车组受电弓动态包络线,也能瞬间造成弓网故障,使电力机车、动车组无法从接触网获取电流。

“一旦这些异物侵入,一般有两种办法解决。对于长大异物的处置,首先将线路上下

车停车,接触网设备停电,接触网专业人员做好相应安全措施后进行人工清理,特别大的异物往往还需要调动接触网作业车辅助处置。对于比较小的异物,高速铁路可以通过登乘动车组的方式,运行至故障点做好安全措施后,人工利用绝缘杆进行处理;普通铁路可以申请线路封锁(或车站允许)做好安全措施后,人工利用绝缘杆进行处理,这类故障处理较快。”张子超介绍说。

张子超还表示,一些特别小的异物,如果对列车运行影响不是很大,会采取受电弓降弓运行、通过异物点位后再升弓取流的方式,减小对运营造成的影响。

如何守好铁路沿线“安全红线”?

5月7日,中国铁路北京局集团有限公司石家庄供电段石家庄高铁车间接触网工刘英,刚刚巡视检查完石家庄动车所铁路接触网设备。他向记者介绍道:“巡视接触网设备,线上线外都需要检查,线上要重点检查接触网设备有没有挂异物,线下要重点检查铁路沿线外部环境有没有轻飘物、未压实的防尘网、农耕地田里的塑料薄膜等。”

刘英对记者表示,目前对于异物侵扰,铁

路部门主要靠人防,通过定期安排人员沿线步行巡视、添乘机车巡视等对异物进行检查。每逢大风天气铁路供电专业人员都会加强现场巡视检查,加固、清理异物,积极排查、对接、督促产权单位进行整治,及时消除安全隐患,最大限度减少异物对电力机车、动车组正常运行的影响;利用路地“双段长”机制积极汇报地方政府,寻求地方政府的支持,共同督促进行整治;同时也会做好应急处置准备,确保当异物被大风刮到线路上时能够及时出动清理,全力保障人民群众出行顺利、畅通。

“一旦发生接触网挂异物,不仅影响电力机车、动车组正常运行,也影响广大市民正常出行。”张子超倡议广大市民共同努力,保护铁路行车安全。“铁路沿线居民不要乱丢垃圾、不要放风筝。所有防尘网、塑料大棚、地膜等铺盖后要采取压实、加固、清除措施,共同改善接触网设备运行环境。”

此外,专家表示,要避免地膜等频频给铁路接触网制造麻烦,需要铁路部门、地方政府高度重视,加强合作。此外,铁路部门也需要优化应急预案,完善应急保障设施,不断提升应急管理服务能力,尽量减轻列车晚点、停运等对旅客出行造成较大影响。



共建 新华社发 王琪 作

商家营销岂能套路消费者

经济观察

本报记者 杨召奎

日前,中国消费者协会发布2021年第一季度全国消协组织受理投诉情况分析报告,并对一些商家的不良营销手法进行了专题分析。从分析报告来看,一些商家为了提高销量,采取了很多新型的销售方法,其中夹杂了一些不良经营手法,套路满满,引发消费纠纷。

有的商家宣传“秒杀”制造“超值”优惠。例如,部分电商平台或网店开展“秒杀”等活动,或者标注限时“清仓价”“打折价”“甩卖价”等,貌似大幅优惠,但实际上“秒杀”价与平时相比让利很少,甚至没有让利。还有的商家附加条件限制兑现承诺。例如,部分商家开展“满3单免1单”活动,但兑现时却附加各种条件,诱导消费者再次消费。

“低价”促销在现实中也较为常见,但近年来又和“消费贷”捆绑在一起,使得消费者很容易“中套”。还有一些商家宣传“充多少送多少”“高额返现”等,诱导消费者大额充值。

“洗脑式”宣传诱导消费是近两年比较受某些商家“青睐”的营销方式。“洗脑式”宣传是通过媒体或者推销员反复向目标人群宣传同一或雷同的内容,有的内容简单粗暴甚至低俗,令人反感。这种营销主要有两种:一是“洗脑式”广告,主要是电视购物、重复性广告。二是部分经营者通过免费体验、低价体验吸引消费者,然后在体验服务过程中对消费者进行“洗脑式”宣传,反复劝说,让其购买高价产品或服务,主要存在于保健品、美容美发、健身、保险、教育培训、摄影写真、旅游等领域。

最近,一些不良营销手段又有所升级。比如混淆计量单位,这包括三种主要类型:一是经营者采取不正当手段使商品分量不足;二是以次充好,有的将“处理品”“残次品”等谎称正品;三是在网络购物中,有的商家混淆计量单位“寸”和“英寸”,销售电视机尺寸缩水,或者存在产品配置降级等现象。

值得一提的是,一些商家利用人性弱点采用“概率”营销手段,比如盲盒经济、网络游戏抽奖等,受到年轻人追捧。还有部分商家利用消费者数据通过技术手段提高不活跃用户的中奖概率或中奖金额,刺激消费。这种营销方式可能助长投机心理,使消费者深陷其中,养成不良的消费习惯和消费方式,特别是对未成年人负面影响很大。

销售是消费的前端,是打开交易的钥匙。为了将产品和服务更好触达消费者,商家的营销手法可以多样,但前提是应当合法合规,以法律法规为底线。营销活动既是吸引客流的方式,也是企业品牌形象的展现。因此,商家必须自觉摒弃不良营销手法,不能处心积虑套路消费者,而是要通过创意吸引消费者,通过服务打动消费者,通过品质赢得消费者。

为此,有关部门应加强监管,规范促销行为。一方面应加强对策研究,及时制止和查处不良营销行为,维护市场竞争秩序。另一方面也应充分发挥社会各界力量,督促企业自律,鼓励监督举报,有效维护消费者合法权益。

今年火险形势严峻复杂

本报讯(记者王冬梅)近日,国新办举行“防范化解安全风险 筑牢安全发展基础”发布会,应急管理部森林消防局副局长、火灾防治管理司司长彭小国在回答记者提问时表示,今年气候年景总体偏差,传统风险与非传统风险叠加,加之潜在风险不断增多,火险形势严峻复杂,不排除极端条件下发生重特大森林草原火灾的可能。

据悉,国家森防指、应急管理部高度重视,提早召开了全国电视电话会议,做了全面的安排部署,要求各地区各部门提高政治站位,强化底线思维,压实属地责任,立足复杂极端情况抓好各项防控工作。

目前,各地区各部门做了大量的富有成效的工作。今年1-4月份,全国共发生森林火灾466起。初步统计,受害森林面积约2272公顷,与2020年同期相比,火灾次数降幅为32.1%,受害面积降幅为58.6%;与近5年同期均值相比,火灾次数降幅为71.8%,受害面积降幅为63.5%。草原火灾的次数、受害面积与近5年的均值相比,也都有大幅下降。

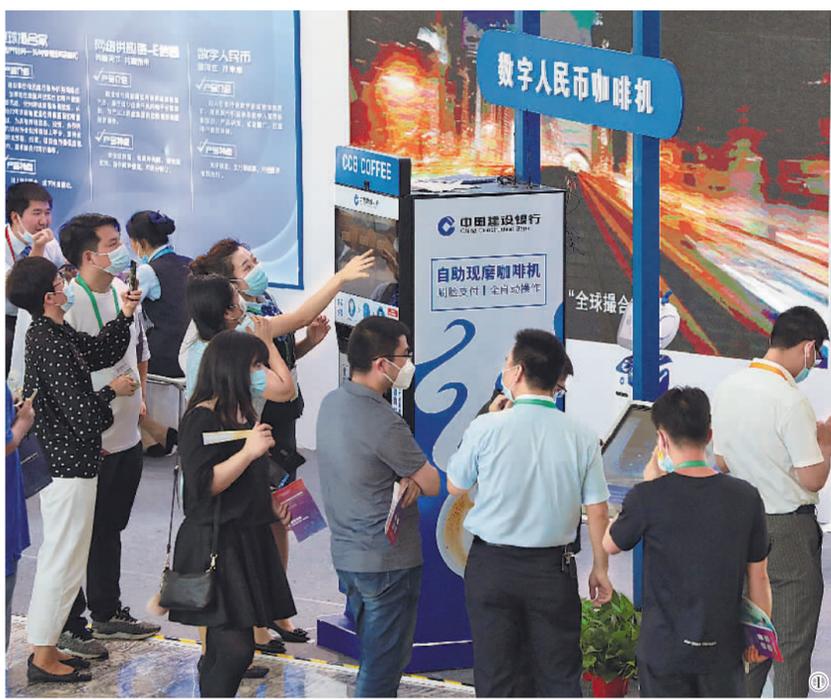
长沙主要景区“五一”接待游客增长190%

本报讯(记者王鑫 方大丰)地铁刷新单日客流历史纪录,网红老街游客太多不得不限流……刚刚过去的“五一”小长假,网红城市长沙热度与气温同增,再次成为全国旅游“顶流”。数据显示,5月1日至5日,长沙13个主要景区接待游客151.09万人次,同比增长190.65%。

酒店民宿“一床难求”、机票火车票早售罄……早在小长假来临前,长沙就已提前“感受”到了游客的热情。“岳麓山、橘子洲已达最大承载量”“湖南省博物馆排队到烈士公园”……“五一”当天,长沙主要景点接连“火”上微博热搜。

长沙的红色景点、文博场馆和夜经济也分外红火。“五一”期间,岳麓山、橘子洲分别接待游客44.26万人、35.01万人,位居湖南景区接待量第一、第二位;湖南省博物馆接待3.52万人次,同比增长780.85%;湘江游轮株洲之星船票供不应求,其中尤以“夜游”航班受欢迎。

美食是游客来长沙提及最多的体验项目,也带动了餐饮消费。长沙11家餐饮样本企业的监测数据显示,截至5月5日下午5时,“五一”期间餐饮总营业额达1123.94万元,较节前上涨85%,较2020年上涨178.98%。多家餐饮销售成绩创下历史新高。



消费升级 体验升级

5月9日,海南首届消博会各展馆人潮涌动。伴随着消费升级的需求,首届消博会不仅展出了各地的最新精品,还设置了诸多改进消费体验的具体举措,让“买买买”更便捷、更安全、更舒心。

本报记者 吴凡 摄

图① 中国建设银行带来了支持数字人民币的咖啡机,众多参观者在工作人员的引导下体验3分钟购买一杯热咖啡。

图② 一家参展商在自家展台上搭建了开放式的直播间,参展和直播同步,线下和线上结合。

图③ 展会各处有不少智能机器人,随时可以为参观者提供咨询服务。

聚焦消博会

新场景 新模式 新需求 新服务

消费升级的“要求”,消博会都“安排”了

本报记者 苏墨 杜鑫 梁玉栋 曲欣悦 吴凡

“带货一姐”来了。5月7日晚上,有1625.2万人次在薇娅直播间“同步”参与首届中国消费博览会,一起“剁手”全球精品。总引导成交额6800万元,总引导成交件数超过96万件。

“消博会是满足人们对美好生活向往的一个新平台,为海南高质量发展提供了新机遇,并以优质消费畅通‘双循环’。”北京大学国家发展研究院名誉院长、新结构经济学研究院院长林毅夫在消博会上举行的全球消费创新暨免税与旅游零售大会上表示。

新消费人群崛起

“海南旅游零售行业惊人的发展速度,对增强海南的吸引力以及巩固海南作为国际旅游消费中心的地位起到了关键作用。”毕马威中国与穆迪戴维特报告7日联合发布的《海南自贸港旅游零售市场白皮书》称,如果继续保持现有增长速度,海南在短期内或将成为全球最大免税市场。消博会既促进全球消费向中国回流,又能让各国优质产品更通畅地走向中国市场。

“到2035年,中国中等收入人群可能会达到8亿,这样巨大的市场是中国的机遇,

也是世界上所有国家的机遇。”林毅夫表示,新的消费人群的崛起加上原有消费者的需求升级,对于全球来说,都是一片值得开拓深耕的沃土。

据海口海关统计,今年“五一”假期,海口海关共监管离岛免税购物金额9.93亿元,平均每天近2亿元;购物12.1万人次,购物件数134.5万件,同比分别增长248%、141%和229%。

这样的趋势也被一些国际头部品牌敏锐地捕捉到。作为法国领先、全球知名的百货品牌,老佛爷百货中国区数字业务总裁本克努表示,集团将在中国开设10家门店。“中国的零售市场,仍然没有饱和,我们将在中国开展更多有趣的尝试。”

路威酩轩(LVMH)集团大中华区总裁吴越也表示,伴随消费结构的持续升级,中国葡萄酒产业进入了快速发展的关键时期。为迎合中国市场发展,其将推出丰富多元的葡萄酒产品矩阵,力图满足消费者日益变化的葡萄酒品饮需求。

线上线下共享消博会

5月8日晚8点,在消博会上,逛足两天的玥玥打开了薇娅直播间,观看她在消博会上第二天的直播。

5月7日,薇娅上架了当晚第一个链接——海口火山荔枝。短短3分钟,130吨荔枝就已经售罄。因为观看人数太多,直播间

甚至卡顿了好几次。

被问及为何来了消博会还要在线上观看,玥玥对记者说:“8个馆,全走下来要2万步,1500多家企业,数以万计的商品,看得眼都花了。主播精选产品,省去了挑选的烦恼,还包邮到家,简直是我的快乐星球。”

作为主宾国,瑞士参展品牌大多数入住中国电商平台,观众可以直接在线消费,并能享受一定的价格优惠。同时,国内的网红主播们也受到瑞士展馆进行直播带货。

不仅是瑞士展区,在消博会现场,随处可见直播间,带货小姐姐们在现场“种草”,消费者在手机不停不停地“剁手”。家住沈阳的周女士,没亲自来到消博会现场,但她手机里的电商平台上都有消博会相关的直播带货活动。她在未来的几天,将收到来自消博会的10多个包裹。

未来消费生活变化多

未来我们会买什么?在消博会上,记者也得以窥探一二。

在瑞士馆,一台3D打印机正在打印“自定义手表”。此外,弹琴的机器人、跳舞的巴士,站在前面就可以通过人脸识别采集防疫数据、测量体温、喷雾杀毒的“智能公共卫生防疫终端”……这些都吸引人们驻足观看,让人们不得不感叹,未来已来。

医疗服务是消费升级的重要板块,很多企业希望借助海南建设自贸港的系列优惠政

策,将海外医疗服务融入其中,为客户打造全方位的服务。一家进驻博鳌乐城先行区的国际医疗服务机构,可以让患者“在不出国门情况下,得到最好的治疗效果”,这样的愿景吸引了不少观众和企业前来咨询。

比不出国门就能“买买买”更方便的还有“不出家门就医”。移动诊疗车开到家家门口为患者做体检,已经不是梦想。这次消博会记者便看到了它们的身影。利用5G技术的远程诊疗也在“上新”的路上。今天,一款来自加拿大的黑科技睡眠新品在消博会上全球首发——连睡觉也成了新的消费项目,可见创新所产生的巨大能量。

如果消费者不知道口红买哪个色号更适合自己的话,人工智能技术让消费者通过虚拟试妆就能找到自己的专属色号。此外,多地展馆还推出旅游康养概念的产品与服务,定制化旅游、医养结合项目、酒店餐饮服务、家政服务……这些都在消博会上得以展示。

所有这些,都会使我们的消费生活发生巨大变化。

(本报海口5月9日电)



更多精彩内容 请扫描二维码