

泉眼

别让自管站每年成热点

徐国维

据齐鲁晚报11月11日报道,8日,省城正式开始热调试。目前,热企下属的直管站都已开始试供暖,市供热办要求热企力争在12日前达到供暖标准。但记者探访发现,自管站小区居民家的暖气片大多仍是“冷冰冰”的,有的小区仍在忙着收费,相关部门表示将加强监管。

事实上,这一幕不过是往年问题的一次再现罢了。每到供暖季,自管站就是供暖问题的重灾区,绝大部分供暖投诉都是来自自管站小区。不提前

供暖、想停就停、想供就供,高价收费、低质供暖,问题重重。

鉴于此,2009年,相关部门决定,用3到5年时间,将自管站全部收回,由供热企业统一管理,自管变直管。但据晚报11月7日的报道,目前仍有近700家自管站没有回收。也就是说,已经回收的只是一小部分。其主要原因是,相关部门尚未出台自管站回收具体政策。自管站设备运行良好的管理单位不愿交,坏的呢,供热企业接管需要大笔的改造费用又不愿接,自管站回收缺乏政策和资金支持。

近700个自管站,就是近700个小区,涉及的居民不是个小数目,

这一问题不解决,供暖的问题就不会平息。笔者以为,解决好这一问题,需要相关单位和部门多一些换位思考,多一些责任担当。

换热站由供热企业统一管理这是趋势,正在征求意见的山东省供热条例对此也已明确,相关单位在考虑自身利益的时候,也要考虑一下居民的需求,多些大局意识。自管站运行良好的,就别为了一己私利紧握在手中不放;有问题的,供热企业也要多些责任意识,想方设法尽快回收,赔本的买卖也要做。当然,自管站回收涉及到多方利益,只靠供热企业协调确实有点力不从心,特别是

对那些存在问题的自管站进行改造面临的资金缺口。因此,自管站回收政策和资金的支持不能缺位,职能部门不能光喊口号,把矛盾和问题都交给相关企业自己去解决,而是要当好组织者、强有力的推动者,不能让居民守着暖气受冻,交了费却享受不到应有的服务。

对于济南这样的北方城市来说,冬季供暖就是最大的民生,提出回收自管站至今,几年时间过去了,希望相关单位和部门尽快拿出实质的动作,早让自管站由监管变直管,别让自管站问题成了永不消失的热点。

微评济南

袜子摊搞特殊?

@王平:在经十纬一路口的东南角,近日有三名妇女在此搭桌摆摊,摆满各种袜子,小喇叭反复高声播放着广告“外贸袜子,五元一包”,引来众人围观。这个摊位占据了东西人行道,不仅制造噪声,还有碍交通。作为东西通行的主干道,有关部门应该清理此类商贩,还市民一个通畅的交通环境。

执法也请带根服务“弦”

@林毅:昨日,笔者由济青南线港沟收费站下高速。发现交警正在查车,我们的车路上有违章,需到警务室处理。下车走了不多远,就发现警务室的东墙根有六七人在此小便。原来这里没有公厕,驾乘人员赶到警务室办理业务的机会,就地小便。警务室是文明执法的场所,在此小便实在不雅。建议在此建一座公厕,以方便来办理业务的驾驶员。同时也希望驾乘朋友要自重,如果真想方便,请在服务区提前解决为好。

落叶别再就地烧了

@侯家赋:近段时间,清晨和傍晚漫步在城市的街头,看到很多的环卫工人和沿街商铺店家在清理马路两旁的落叶时,总是把树叶和杂物扫成一堆,就地烧掉。落叶和杂物就地焚烧,不仅会散发出大量的烟雾,污染环境,还会给过路的行人和车辆带来危险。眼下天干,零星的火种还会四处飘散,很容易引起火灾。同时,在路面上焚烧落叶和杂物,过高的温度必定会使路面受损,减少路面的寿命。如此危害甚多,奉劝大家不要图省事。应当把垃圾集中清理,送到指定的销毁地点进行处理。

说说

城市规划给“广场舞”留些空间

邱蕾

这两天,省城气温骤降,冬天来了。但寒冷的天气并没有阻挡住广场舞的火热,公园附近的小广场处,每天早晚都能看到广场舞爱好者们的身影。

而前一段时间,因跳广场舞引发的负面新闻不断,先有在美国的中国大妈跳广场舞被法院传唤,后有武汉某小区大妈跳广场舞遭人泼粪。至于双方间激烈言语攻击谩骂,那就更是稀松平常了。因跳广场舞引发的居民矛盾争执总是时有发生,可谓城市生活中的不和

谐音符,使人们之间互生嫌隙憎恶,一定程度上加剧了陌生人社会之间的冷漠,实在与我们提倡的“城市,让生活更美好”的愿望相背。

在笔者所住的章丘,我还没见过因跳广场舞引发的类似恶劣事件。小城人跳广场舞,一般都是选公园附近的绿地,那些地方往往离居民区较远,有的则选宽阔的人行道,人行道足有二十来米宽,长度无限,摆上个方阵也合适。重要的是,这些广场舞音乐一般都音量偏低,音量偏高的又都在远离住宅楼的大空地上,

且周围是繁华街道车水马龙的,所以即使高了也并不影响他人休息学习,这也许是小城的一个优势。

笔者认为,要避免广场舞扰民这样的矛盾发生,不仅需要舞者和居民双方的互谅互让,还需要城市建设者们积极参与、未雨绸缪。城市新区在规划建设时,就要预留出供人们娱乐消遣的空间,可以做广场的空间一定要与住宅楼有适当的距离,最好中间有绿化带隔离,因为树林也有减轻弱化噪音的功效。再者,对于位于一些小区广场之

类的场所附近的住宅楼,邻近广场的单元,可能会受到更大噪音干扰的楼层等,在建设上都要不同于其他楼与单元,要特殊对待,比如加装质量过硬的防噪音玻璃。如此未雨绸缪,才能减少噪音对这些有“地理优势”的居民的影响,更大程度地促进和谐。

现在,我们的居民整体生活水平已经摆脱了温饱阶段,居住方面也应尽量向“令人愉悦”靠拢。人们所住的小区,不能只是一个睡觉的地方,还要给人提供更多的可供休闲娱乐的区域空间。

媲美欧洲顶级矿泉水

恒大冰泉正式发布

11月10日,恒大集团宣布推出一款高端矿泉水产品——“恒大冰泉”长白山天然矿泉水。广州恒大足球队主教练穆里尼奥、恒大足球学校校长吕庚,中国女排主教练蔡斌、广东恒大排球俱乐部主教练邱平,前世界足球先生范志毅、前西班牙皇家马德里队长耶罗,出任恒大冰泉全球推广大使,完美诠释了恒大冰泉纯净健康的产品特质。

源自世界

三大黄金水源地

随着经济的发展,人们对健康的需求越来越强烈。但由于经济发展的不平衡,人们的生活环境遭到不同程度的破坏,环境污染问题有愈演愈烈之势。目前,中国国内对饮用水健康好水的概念还比较薄弱。而在欧美地区,公众都非常注重饮用高质量的水,被认为是有利于提升生命质量的重要途径之一。

恒大集团关爱社会民生,决心开发高品质的天然矿泉水品牌,从根本上保障人们最为关切的饮用水安全问题。恒大冰泉水源地为长白山脉龙泉,中国长白山与欧洲阿尔卑斯山、俄罗斯高加索山被公认为世界三大黄金水源地之一,符合世界最严格的欧盟矿泉水水质标准,通过世界权威检测机构——德国Prüfung检测,鉴定结论为“口感和品质与世界著名品牌矿泉水相近,部分指标更佳”。

恒大冰泉的发布,亦与恒大集团“民生地产”的理念相一

致,体现了恒大集团强烈的社会责任感。恒大集团是中国规模最大的房地产企业,拥有国内最大的业主群体,品质高品质、安全的矿泉水品牌,影响面广且深远。同时,恒大还将坚持“一处水源供全国”、“高端品质,亲民价格”的模式,保证人们享受高品质且价格合适的恒大冰泉。

属天然弱碱性水

此次推出的长白山深潭矿泉水,经过地下千年深潭火山岩过滤,百年循环、吸附、蒸馏而成,属火山岩冷泉。水温常年保持在6-8℃,水质中的矿物质成分及含量相对稳定,水质纯净、零污染,口感细腻清爽。而恒大集团将在整个生产线上均引进世界上最先进的生产设备,采用直接深潭火山岩中取水,经空气接触灌装生产,保障品质。

在营养成分上,恒大冰泉均富含对人体有益的钙、镁、钾等20多种矿物质及微量元素,特别含有国内罕见的锶、钒元素,钒元素能促进血液循环,对多种老年性疾病、慢性肝病等疗效显



著;且总硬度含量是一般矿泉水的2-3倍,总硬度对人体主动脉硬化具有软化作用,对心脏病、高血压、动脉硬化、神经功能紊乱等都有医疗保健作用。

恒大冰泉pH值为7.25-7.8,属天然弱碱性水,接近人体内环境的酸度,更有利于维持身体的渗透压和酸碱平衡。天天饮用,健康长寿。据第六次全国人口普查数据,长白山脚下的长寿县,百岁以上老人占比是全国平均水平的9.6倍。

打造多元化

立体营销平台

恒大冰泉将坚持“一处水源供全国”模式,保障每一滴水均来自长白山;坚持“高端品质,

亲民价格”微利模式,为广大老百姓提供安全健康养生的天然矿泉水,从根本上改善现代人的亚健康状态,全面提升国民体质。同时,在销售渠道上,恒大冰泉将借助恒大地产特色产业平台,打造多元化的立体营销渠道服务模式,全方位满足消费者的需求,并设立全国客服热线、定期客户满意度反馈机制等提升产品美誉度,快速服务于消费者。

恒大冰泉将以终端直营渠道和现代渠道为主,以传统渠道和经销商渠道为辅,建立独立立体营销网络。恒大集团将建立一套独立的饮用水系统,将恒大天然矿泉水纳入恒大社区系统,使之成为恒大物业的一大亮点,为物业提高附加值。并在全国超过150个城市、逾200个项目、各地区恒大酒店、恒大影城、健康养

生会所等设置产品展示零售店;同时开通“恒大矿泉水”网上商城。该等举措不仅令恒大冰泉的销售渠道更加立体,也将为消费者提供全方位的后端客户服务。

拥有恒大集团

强大的实力后盾

畅通的销售渠道将为更多的公众饮用恒大冰泉健康好水,优质的售后服务将提升用户的体验,恒大集团致力于打造千万吨级的矿泉水帝国,最大程度地服务民生,这需要强大的实力作为后盾。

恒大集团是在香港上市,以民生住宅产业为主,集商业、酒店、体育及文化产业为一体的特大型企业集团。恒大总资产近9000亿元,员工4万多人。在全国140多个主要城市拥有大型项目260多个,连续三年土地储备全国第一、在建面积全国第一、销售面积全国第一、销售金额全国第一。2012年,公司销售929亿元,全国签约196亿元,创造就业岗位42万个。2013年上半年,恒大营业额419.5亿元,全国第一;2013年,恒大有信心完成过千亿的销售目标。

2020年,恒大矢志成为世界上市业内“规模最大、队伍最优、管理最好、文化最深、品牌最响”的“五个之最”国际顶级企业。

(李超特)