

幸福一海滩堆满建筑垃圾

环卫部门:新的建筑垃圾处理场已在规划协调

文/片 见习记者 毛旭松

芝罘区幸福海宿营地以北海域被建筑垃圾材料霸占,原本美丽的海滩成了垃圾集中地。以前在此游泳的市民相继离开,热闹的海边只剩下堆积如山的建筑垃圾,记者对此进行了相关调查。

现场:建筑垃圾霸占海滩

21日下午,记者来到芝罘区幸福海宿营地北的海边,发现海边沙滩完全变成了堆积建筑材料和扇贝壳的垃圾场。一眼望去,海边全是石板、土块、木头等垃圾,沿着海岸线足有几公里远。被渔民倾倒在海边的扇贝壳散发着臭气,本应该安静美丽的大海沙滩一片

狼藉,惨不忍睹。

走近一看,早前倾倒的建筑垃圾已经湮没在沙子中,塑料袋、泡沫材料被风吹得到处都是,有些甚至被吹到了海里。正好一辆货车拉着满车建筑垃圾在此倾斜,三个工人正忙着往沙滩上卸残破石板。



建筑垃圾堆满了海滩,被人丢弃的扇贝壳则散发出一阵阵臭味。

居民:这里是新规划的垃圾场?

正在沙滩上锻炼的老人李顺然提起这些建筑垃圾,非常气愤的说:“这些东西都是最近一两年才堆这的!两三年前海滩非常干净,附近居民夏天还能下海洗澡,我们老人也能坐马扎在海边吹吹海风聊聊天。现在谁还敢游泳啊,光着脚丫子很容易被玻璃碴子割伤。”

垃圾越来越多,环境越

来越差,来海边的居民是越来越少。“最近这一两年,建筑材料都一车一车的堆到海边。涨潮的时候,海水把垃圾冲到海里。现在又是割扇贝的时节,扇贝壳被渔民丢在海边,散发着恶臭味。再也没有多少人愿意到这的海边来了。难道这里是新规划的垃圾处理场?”市民周莲讲说。

环卫处:建筑垃圾处理场正处空档期

对于海边成为建筑材料垃圾场的现象,记者采访了芝罘区环卫处。“原本建于幸福十四村的专业建筑垃圾处理场早已饱和,环卫处已经向上级单位提请规划新建建筑垃

圾处理场,现在上级政府正在规划协调阶段。所以,现在这个阶段正处于空档期,环卫处也派人24小时进行巡查,尽量杜绝建筑垃圾乱倒现象。”环卫处徐科员说。

圣诞“香港游”港城流行

本报12月21日讯(记者 李园园) 随着节日临近,旅行社也迎来了出游旺季。21日,记者在烟台各家旅行社了解到,圣诞节期间“香港游”在港城很流行,一天七八个去香港的团早已报满,且大多数是女性。

21日,记者来到位于芝罘区二马路附近的烟台国际旅行社,据该旅行社的业务经理刘振介绍,今天圣诞节旅行线路中,“香港游”线路最火了,23日、24日、25日这三天去香港的团都已报满了。圣诞节去香港出游的人中,绝大多数是女性,且主要是奔着购物去的。“香港是购物的天堂,圣诞节也是商场打折节,各个大品牌都以超低的折扣吸引着外来游客。抱着单纯去玩的心态去香港的人几乎没有,我们旅行的线路也是观赏风景与购物组合在一起的。”

据烟台国际旅行社业务经理刘振介绍,烟台市圣诞节期间一天去飞往香港的团有七八个,但是现在都已报满了。圣诞期间除了去香港的线路火爆外,距离近、价格相对便宜的东北三省滑雪线路也比较受市民青睐。“但是价格都比去年贵了5%-10%。”

据了解,进入12月份以来,很多市民开始提前预定春节旅游线路,国内的海南岛游和出境的东南亚海岛游最火,这些线路也是许多旅行社主推产品。

芝罘区启动节日食品安检

本报12月21日讯(记者 郭建政 见习记者 孙淑玉 通讯员 李峰) 临近圣诞、元旦,居民采购食品热情高涨,食品安全备受关注。近日,记者跟随烟台市工商局芝罘分局工作人员走访了部分市场调料的批发渠道、零售摊点,除一家散装蜂蜜包装有问题,以及部分商店过期调料未及时下架外,暂未发现其他问题。

“这种散装的蜂蜜不可以随便包装,应该放在大桶内并贴上保质期等标签。”20日上午10点半左右,在文化路农贸市场一家土特产批发商行内,工作人员指着几罐蜂蜜说。原来,是店家自制了蜂蜜后私自包装成罐,放在店里叫卖。

一上午芝罘区工商分局的工作人员走访了大部分中心市场的调料批发渠道、零售市场,除散装蜂蜜的包装问题,还查出少数几家商店过期调料没有下架,大部分调料合格。

刘科长告诉记者,目前工商部门主要通过眼观,检查进货途径等方式抽查。对包装好的调料,一般是通过检查生产日期、保质期等具体信息来辨别假冒伪劣、过期等商品。

“检查的结果看,大部分调料是合格的,但是市民不能掉以轻心。”刘科长提示市民在购买包装好调料时,注意检查生产日期、生产厂家、条形码等商品信息,散装食品则主要从成色、新鲜度和气味等方面查看,必要时辅之以浸泡等方式加以甄别。

据了解,20日的调料市场检查是节日食品安全系列检查的第一项。近日,烟台市工商局芝罘分局将组织工作人员对调料、水产品、生肉等领域进行集中抽检。

洗灯迎两节

21日,在烟台滨海广场,保洁人员正在冲刷广场上的博士灯。前几日的恶劣天气给博士灯蒙上了一层灰尘,为了在圣诞节及元旦期间给前来游玩的市民及游客提供一个洁净的环境,广场管理处组织人员对广场上一些设施进行了除尘、清刷处理。

本报记者 赵金阳 摄影报道



“有的水店用自来水冒充桶装水”

部分大水厂抱怨:劣质桶装水搅浑水市场

本报12月21日讯(见习记者 孙芳芳) 桶装水企业酝酿涨价引起了市民的极大关注,“市场上有的水才卖四五块钱一桶,而提价后的张裕水卖到15块钱一桶,这其中的差距怎么就这么大呢”,带着疑问记者21日对市内各大水厂进行了走访。不少品牌水企都抱怨一些劣质桶装水由于成本低廉大打价格战,使得品牌水企陷入了尴尬的境地。

据市场调查,目前市区桶装水主要的营销模式是:厂家找到水站或送水点合作,由送水点代卖桶装水,市民和客户

打电话要水后,由送水工送桶装水上门。这就给一些不法水店提供了可趁之机。张裕矿泉水有限公司的沈经理告诉记者,一些黑心水店制造假水主要有两种方式,“有的水店是用杂牌水充当名牌水,还有的水店干脆灌装自来水管冒充桶装水”。

“小水厂生产的桶装水省略了许多消毒程序,有的干脆就是灌装的自来水,成本可能只有几毛钱,而我们生产一桶水的成本价就已经接近3块了”,浩浪水业有限公司的任经理告诉记者,现在烟台市场上

的水企业基本上已经达到了饱和,“烟台本地的张裕、浩浪、康宝、奥洁等品牌占据50%左右的市场份额,剩下的全被一些小水厂瓜分”。小水厂频打低价牌来抢占市场让品牌水企有些进退两难了,“降价的话,我们就没有利润可图;涨价的话就会失去部分客源。”

在采访中,有不少桶装水企业纷纷抱怨道:行业门槛太低,导致大量假劣桶装水涌进,造成了桶装水市场上的恶性竞争,最终造成了市场的无序。

面对困境,水企应该如何自我解救?记者在采访中了解

到,不少水企都在强调“服务”和“品牌”,“现在大家更关注产品的质量和和服务”,浩浪水业有限公司的任经理告诉记者,恶性的“价格战”只会拉低行业、企业的利润,大家都没有好处,只有想赚快钱的短视行为的企业才会采取这种方式,品牌企业一般不会跟风打“价格战”。业内人士表示,水是刚性需求,消费者不会因为水贵了就少喝,水便宜了就拼命喝。对于刚性需求的东西,就不应该打“价格战”。价格战最终使得厂家、经销商,甚至消费者都受害。

