

“又一村”杯

读者热线大赛

2600000

重奖重要新闻线索, 奖金50-1000元 (以见报为准)



突发事、稀奇事、感人事、新鲜事
请告诉我们……

有的店铺还在私打浅水井

水利部门称这是违法行为,一经发现将受处罚

本报7月17日讯(记者 王衍) 夏季用水量大增,有的市民私打浅水井取水。16日,记者从德城区水利局水资办了解到,私打水井是违法行为,一经发现需要限期改正,并依照法律规定处罚。

16日11时,记者在德兴中大道路与兴文路交叉口附近的一家饭店看到,工作人员正在使用抽水泵,将水抽出洗菜。“刚打了两天,主要是冰冰西瓜、洗洗菜

什么的。”店主张先生说,他打的井有30米深,主要是为了减少自来水使用量。

从事了十多年打井工作的徐先生说,打一口深度在20米至30米左右的井收费在四百元至六百元之间。打出的井水源充足,使用成本低,不少饭店和洗车店都打浅水井。最近半个月已经打了三眼了。水井一般都打在屋后、屋内等较隐蔽的位置,“还是洗车店打井的比较多。”

17日,记者以开洗车店为名,随机采访了大学路、德兴大道、东风路、湖滨中大道等多条道路的12家洗车店,其中有6家使用浅水井供水,且都未办理相关手续。“为了节约开支,都在隐蔽地方打的,不交任何费用。”大学路上一家洗车店的店主张先生说,商业用水每立方在4元左右,使用地下水一个月就能把打井的钱省出来。

“根据降雨量,浅层地下水

会有不同程度的补给,60米以上浅水井是可以打的。”德州市水利局水资办的工作人员告诉记者,德州为超采区,从2008年开始200米以下的水井是禁止开采的。浅水井需要向当地水利部门提出申请,进行水资源论证最终核发取水许可证。申请打井地半径100米内是不允许再打井的,通过审核后以每方1.6元的价格(污水处理费1元,水每升0.6元)缴纳费用。

德城区水利局水资办的陈主任说,目前,德城区经过报批核发取水证的有四十多眼井,实际打井的数量远远超过发证数量。因为浅水井隐蔽性强,很难监管。德州水资源分布不均,且浅层地下水正在逐年下降,长时间无序的浅层取水,有可能造成地质塌陷等严重的后果。私打水井是违法行为,一经发现需要限期改正,并依照法律规定处罚。



走错路

17日早晨,青年路与滨河西路路口,一辆轿车不知何故冲出道路撞上路边的土坡。

本报记者 马志勇 摄影报道



又撞了

17日19时许,大学路上一辆奥迪轿车与一辆拉土货车追尾。据了解,轿车司机已被送往医院。

本报记者 马瑛 孙婷婷 摄影报道

男子钓鱼触高压线被电击

本报7月17日讯(记者 王金强 通讯员 张恒武 马慧超) 武城男子姚某钓鱼时被莫名灼伤,误以为是遭人泼了硫酸。民警调查发现,原来是在钓鱼抛竿时触碰到高压线被电击致伤。

16日17时10分,武城县

公安局郝王庄派出所接到报警,报警人称其哥哥在白庄大桥处被人泼硫酸烧伤。在白庄大桥下面的河水岸边,赶到现场的民警发现,一名男子脸部和整个身体都呈现烧黑的颜色,身体右半部分烧伤严重。

医护人员认定姚某是被电击致伤。民警发现,姚某的鱼竿萎缩地卷曲起来,一条高压线横在河流上方。民警勘查现场后推测,应该是姚某抛鱼竿时鱼线触到高压线,导致被电流击伤,误认为自己被泼了硫酸。

骗领20张信用卡透支66万

本报7月17日讯(记者 牟张涛 通讯员 春笋) 同居男女王某、魏某骗领信用卡20张,透支66万多元。日前,德州市中级人民法院一审以信用卡诈骗罪判处被告人王某有期徒刑八年、魏某有期徒刑十年,并各处罚金10万元。

2011年7月6日,一宁津市民发现名下有一张中行信用卡,且已透支8千多元。经银行调阅原始办卡资料,怀疑有人骗领信用卡便报警。德州警方将犯罪嫌疑人王某和魏某抓获。据王某供述,2010年他购买了四五十份收入证

明,他朋友夏某送来多张陌生人的身份证复印件,王某和魏某利用手中的单位收入证明和身份证复印件,办理了多张信用卡。经法院审理查明,自2010年3月份以来,二人在多个银行骗领信用卡20张,套现银行本金66.64万元。

一汽-大众“老、中、青”品牌仍保黄金增长之势

4月份,一汽-大众大众品牌销量达到了72,018辆,同比增长16.48%,不仅远超行业水平,并仍保持“黄金增长”势头。

据记者从一线城市销售市场得知,一汽-大众大众品牌4S经销店日平均客流保持百人以上,而周末单日成交量经常超过两位数。不难看出,下滑大势却难挡一汽-大众旗下品牌车型的强劲攀升势头。

作为大众汽车品牌B级车的第七代产品,迈腾2012款借鉴大众辉腾低调奢华的设计理念,无论是对高科技技术的采用,还是豪华内饰的装配,均达到细分市场前所未有的高度,而将智能与便捷的配置融入日常使用,则更体现一汽-大众对人性

化用车理念的贯彻。因此,迈腾2012款凭借强大的产品力,不仅全面刷新国内B级车的各项标准,更在逆势之中取得月销超过16,000辆的优良业绩,成为国内B级车市场的领导者。

曾有媒体表示:低调、考究的德系车型都是慢热性格。但近年,汽车消费观念趋于成熟的中国消费者,已逐渐将视线转向于拥有更高品质、更高产品价值、更扎实制造功底的德系车型。其中,上市不到两个月的全新速腾,以预定首月超两万、4月销量达8090辆的市场成绩,打破了其“慢性子”的市场定义。全新速腾不仅是一款基于对中国消费者审美观念和用车需求而设计的车型,其融入

简约、实用元素的包豪斯设计风格,更引领了时下A+级车型的设计风潮。不难看出,已有近7年国产历史、拥有超过53万名用户的速腾品牌车型,以其创新科技、至高品质、越级配置的产品优势,将持续为中国消费者带来“高品质”的汽车生活。

除此,一汽-大众旗下捷达、宝来、高尔夫、CC2012等,“老、中、青”三代品牌车型的优异市场表现,一方面证明了一汽-大众尊重市场需求,从消费者利益出发的诚实造车理念得到了肯定;另一方面,也证明了一汽-大众经过20年的发展在综合实力、体系能力上已跻身世界先进行列,成为“高品质汽车的代名词”的目标不仅是口号。