

两百高校下旬来渝和考生见面

本报赠送部分门票,敬请读者留意

2007年·中国移动 高校招生咨询见面会

●时间:6月23、24日 ●地点:奥体中心 ●电话:62602211

本报讯 由高教学会与本报共同主办的“2007年高校招生咨询见面会”受到高校热捧,组委会截至15日统计,全国已有210所高校铁定来渝参加咨询会。

据介绍,210所高校中,近七成是本科院校,成渝两地高校超过90所。来渝的除北大、清华顶级学

府外,还包括复旦大学、浙江大学、四川大学、北京理工大学、中国传媒大学、电子科大、南开大学、西安交大、南京大学、武汉大学、中国人民大学、中国农业大学、北京邮电大学等知名学府。本地的西南大学、重庆大学、西南政法大学、重庆邮电大学、重庆科技学院等高校都将到场。

组委会特别提醒考生和家长,咨询见面会6月23—24日在奥体中心举行。届时,考生可凭准考证免费入场,家长购买门票入场。

此外,由于本报是主办单位之一,本报将对部分读者赠送门票,具体赠送办法和时间,本报将在报上公布,想获得门票的家长,请留意本报近期报道。(记者 何英)

高考阅卷过半 作文已有满分

本报讯 高考阅卷顺利进行,目前阅卷工作已过半。市招办表示,能在预定的19日左右结束评阅工作,保证考生23日左右知晓成绩。而备受关注的作文,今年也有满分,只是数量非常少。

据了解,今年我市有17.7万名考生,试卷大约有71万份,今年参与评卷的教师近千人。据了解,到昨天,阅卷工作完

成一半多。

对于大家都关注的语文作文,阅卷老师透露,今年仍有满分,只是满分非常少。作文阅卷老师透露,由于很多考生可能没想到会出这个作文题目,熟悉的高考,考生并不容易写好,让阅卷老师眼前一亮的作文非常少,所以今年的作文是“既好写又难写”。(记者 何英)

北温泉公园开工改造

本报讯 云南柏联集团将投资1.5亿元改造北温泉公园,明年7月完工后,市民可去做高档SPA(水疗)。昨日上午,改造工程正式开工。

北温泉有近1600年历史,北温泉公园也有80年历史,园内有市级文物温泉寺、区级文物五大名楼等。柏联集团负责人称,温泉寺、五大名楼等名胜古迹将保持原状,但对周围环境要进行修复、改造。

北温泉公园改造将由英国设计师担纲,拟拆除危房9341平方米,新建建筑8985平方米。(记者 邓全伦)

渝北新开三条公交线路



几十辆崭新的公交车即将投入使用

本报讯 为了满足市民出行,渝北区交委在进行一个月的问卷调查后,决定对该区新投84辆运力,以解决老百姓等车时间长、你推我挤挤车的局面。

据渝北区交委负责人介绍,经过问卷调查,渝北区交委确定新开行3条公交线路,并决定在原有8条公交线路新增部分运力。增加运力后,将有效解决西区、东区居民,以及西政、南方翻译学院等学校学生的出行问题。

该区新开了以下三条线路。685线路:红树林-双凤桥-石油基地-丝绸厂-水土路口-观音岩-西区(皮鞋城),并还将延伸至西区其他地区。该线路增加了10辆车。

从双凤桥到农业园区和工业园区各调整延伸了一条线路。其中781线路,原有7辆车,现补充了8辆。具体路线为从顺驰汽配-海德阳光-长安后门-瑞丰花园-青麓雅园-新城芳居-石油基地-渝航商场-五星园-今日阳光-颐泰园-市中-在水一方-西政-农业园区管委会-鳄鱼馆-三亚洲水产市场-石盘河-原路返回。

782线路,原有7辆车,增加了8辆。具体路线为顺驰汽配-海德阳光-长安后门-瑞丰花园-青麓雅园-双凤桥-北大街-五星园-今日阳光-一碗水-金香林-工业园区转盘-平伟路口-海联学院-水木清华-农业园区-清河湾-原路返回。(记者 王渝凤/文 钱波/摄)

珞璜电厂把废物变成大坝建设“宝贝” 重庆粉煤灰摘掉“黑”帽子

邦云 跑环保

晚报热线:966988 举报电话:66146428

几天前,中国第二大、第三大电站和华能珞璜电厂签订了粉煤灰使用合同。市环保局有关负责人透露,重庆的粉煤灰已走进中国7个最大的电站,这些原本混杂在浓烟中的细小粉尘,如今凝结成了一座座大坝,成为重庆的另一张名片。

粉煤灰比面粉还细

珞璜电厂专家介绍,电厂在燃烧煤炭时,首先会把煤炭粉碎,磨成比面粉还细的粉末,然后用风将这些粉末吹进锅炉燃烧。燃烧后,会形成一部分煤渣落入炉底,还会形成部分黑灰,和废气混杂在一起,成为滚滚浓烟。

浓烟如果直接排向空中,就会形成“黑雨”,灰尘和雨水凝结在一起,落向大地。珞璜电厂安装了电除尘装置,将99%以上的灰尘拦截下来,送入水管当中。该厂烟囱里排放的废

气,无色无味,粉尘含量很小。远远看去,这些排放烟囱好像是静止的,没有工作。如果没有除尘设备,必将是遮天蔽日的另一番景象。

“废物”进入大型电站

1998年,专家建议,将这些煤灰掺入水泥当中修建大坝。通过一系列努力,当年三峡工程开始接纳珞璜电厂的粉煤灰,改变了我市电厂的排放历史。珞璜电厂随后立即改进设备,在发电的同时,开始对灰尘进行分级筛选。其中燃烧充分、直径均匀的称为一级灰,其他的称为二级灰、三级灰。三峡电站永久船闸对一级灰情有独钟,直到施工结束,一共利用了30万吨。此后,广西龙滩水电工程、乌江彭水水电站工程、雅砻江锦屏一级水电站工程、雅砻江官地水电工程等也先后采用了珞璜电厂的粉煤灰。

今年1月,溪洛渡和四川向家坝水电站对粉煤灰进行公开招标,全国11家电厂参与角逐,这两家电站再次选择了重庆粉煤灰。据介绍,溪洛渡电站在中国只比三峡工程小一点,是

中国第二,世界第三大电站,位于云南永善县和四川雷波县交界地段。金沙江向家坝水电站仅次于三峡水电站,溪洛渡水电站,是中国水电站的“老三”。这两个电站用量巨大,和珞璜电厂的订单已经签到了2013年。

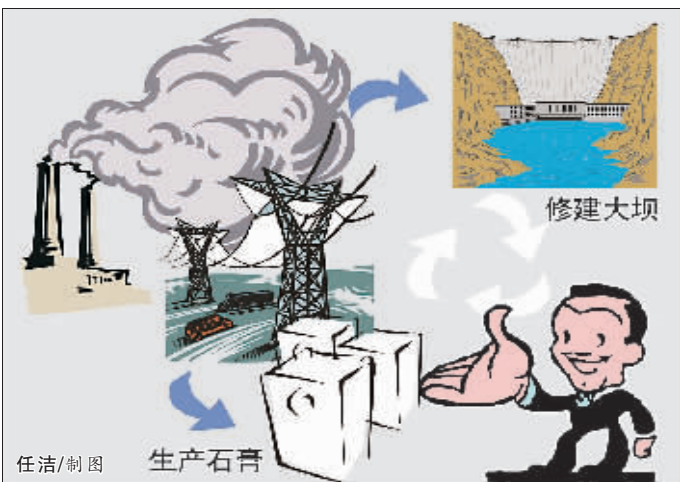
变废为宝空气干净

为什么电站如此青睐粉煤灰,招标采购买过的废物?有关负责人介绍,粉煤灰的吸水性比较低。将它浇筑在大坝中,可以减少水体侵蚀,减少大坝坝量,提高使用寿命。此外,粉煤灰由于直径很细,可以形成超细粉,提高大坝的强度和韧性,简直成为“无价之宝”。粉煤灰还可以掺入到水泥中,成为特殊的添加剂。

空气中的二氧化硫,会形成酸雨侵蚀大地,但只要利用得当,也会变成宝贝。据市环保局有关负责人介绍,珞璜电厂用石灰石中和废气当中的二氧化硫,产生大量的石膏。以1台机组为例,假如这台机组每小时生产10吨二氧化硫,可以产生12吨石膏。每台机组车间旁边,都有大大的石膏

库。世界知名的拉法基公司还专门在珞璜电厂旁边修建了一个石膏,和珞璜电厂形成循环经济。

市环保局有关负责人说,20年前,华能集团公司从国外引进我国第一套烟气脱硫装置,落户在珞璜电



任洁/制图

厂。建成投产后迄今已经15年,使该套装置成为了“我国建设最早、运行最好的烟气脱硫装置”,在火电厂废弃物减排中走在全国前列。粉煤灰中约有20%是很容易被吹到空气中的酸雨微粒,富含重金属,二氧化硫是酸雨形成的罪魁祸首,如果随意排放,对环境将是巨大的灾难。现在我们将它拦截下来,加工成为修筑大坝、建筑建材的重要原料,合理利用,变废为宝,使空气更加干净,形成了一个多赢的局面。

首席记者 刘邦云

重庆晚报公益活动
共建和谐社区
浪高会展国际广场珍档之约
参与热线:966988 助推热线:62818888

本报讯 您有珍藏的老照片见证火红的岁月吗?您有挚爱的老物品记录家庭和故事吗?快来报名参加我们的“重庆珍档 发现之旅”大型公益活动,有机会获得重金奖励。

本报与南岸区委宣传部、重庆浪高会展国际广场庆祝重庆直辖十周年大型公益活动,今日上午10时30分在南坪步行街启动,欢迎您带上自己的宝贝和故事,与大家分享。现场还可观赏到川江号子、变脸吐火等巴渝特色表演。

去年11月起,本报精心策划打造的《重庆珍档》栏目正式与读者见面。这批上世纪五六十年代的照片一经刊发,立即在社会上引起强烈反响,不断有市民致电本报,讲述他们心中的老照片情节。

为让更多市民讲述自己的故事,本次活动将进社区、下厂矿、去高校,现场征集市民心中的“珍档”。每场活动,专家评委将评出五名优胜选手并有好礼相送。全程结束后,他们还可参加终极角逐,获得重金奖励:一等奖(1名)奖金五千元,二等奖(2名)奖金三千元,三等奖(3名)奖金一千元。咨询热线966988。

(记者 田莉 曹阳)

天气预报

长江以北局部地区可能降大暴雨

本报讯 市气象台昨日下午3时发布大到暴雨消息:今日至20日,我市长江沿线及以北地区将出现一次持续性强降雨天气,雨量普遍为大雨,局部地区可能出现大暴雨。

昨日凌晨,渝西地区出现强对流天气,主城、铜梁、合川等地出现短时暴雨和雷电,昨日主城最高气温骤降至24℃左右,降温达8℃。气象专家分析,降雨预计持续4天左右。今日夜间至后天是降雨最为集中的时段,长江沿线及以北地区普遍会出现大雨,我市中部、西部、东北部部分地区有雨量在50—80毫米之间的暴雨,局部地区雨量可超过100毫米,达大暴雨。

未来几天,我市各地非常凉爽,每天的气温在20℃—26℃之间,主城今日中雨转小雨,21℃—26℃;明日小雨,21℃—25℃。(记者 王中亮)

村医培训班在渝开班

本报讯 为提高农村人口的医疗水平,实现“小病不出村,大病能进医院”的医疗目标,重庆红十字基金会“乡村医生培训班”昨日在重庆开班,来自8省(市)的121名乡村医生将接受为期15天的免费培训。

昨日上午,“乡村医生培训班”在重庆医药高等专科学校内隆重举行,来自西藏、新疆、湖南等全国8个省(市)最偏僻农村的121名乡村医生参加此次免费培训。(黎戈)

十年十企·城市贡献总评榜

未来不是梦 任重而道远

——对重庆名牌发展战略的思考

精致动感的长安福克斯一会儿在城市中惬意地穿梭,一会儿又在狂野中疾驰。“在央视的舞台上,好久没有看见重庆本地产品的精彩表演了!”看到长安福克斯在央视的精彩亮相,重庆今天广告公司的客户总监王凡十分感慨。

在重庆广告业浸淫了十多年的王凡,算是业内资深人士,见惯了重庆产品的起起落落,而长安福特一句“活得精彩”的名牌口号,却唤起了重庆市民对本地产品的深厚感情。

大声告诉男人要“活得精彩”,据说长安这句广告词出自一个台湾人之手,他来内地后,发现大部分城市男人都过得非常郁闷。问及原因,答曰:“房价越来越高,女人越来越‘歪’。”因此,他设计了“活得精彩”来诱惑城市男人购买福克斯,冲破有房男人的平庸,活出有车男人的精彩。而长安福特也确实活得精彩,2006年销售增长超过110%,2007年势头依然继续。

每一个重庆的名牌都有自己的故事,或辉煌或平淡的过去,或精彩或失落的现在,可他们的将来呢?



长安汽车整车生产线(均为本报资料图片)

精彩的依然精彩,落伍的早被淘汰,这似乎就是重庆经济发展几十年走过漫漫长路的写照。建国以来,重庆一直以西南工业重镇著称,在浓厚的计划色彩下,企业创不创名牌似乎并不重要。产品不愁销路,名牌价值何在?而在市场经济洗礼下,许多计划时代的明星企业很快就落伍,甚至被淘汰。

“一个城市驰名名牌的多少,与其产业结构有很大关系。”重庆邮电大学经济学副教授彭生顺说,名牌就是差异,所以越是基础的产品,差异性越小,名牌效应就越不突出,如食盐就没必要分清是那个厂商生产的;相反,越是高端的产品,差异性越大,名牌就越重要。

回过回头来看看重庆的产业结构,重工业和中间产品比重大,最终消费品比重太低。如重庆的医药行业,资产规模不小,但除了太极等少数几个企业有面向消费者的最终产品,很多企业是为别人做嫁衣裳——生产原料药。消费者选择的是直接可用来治病的成品药而非原料药,没有消费者的选择,何来名牌?

“真正的企业明星应该从竞争中来,”重庆工商大学校长王崇举认为,评选企业名片,不应该仅看销售数字,而是要看该企业是否在本行业中具有领先地位。选出来的企业要在全国有影响力,能够代表重庆,也是消费者喜

欢的企业。

名牌需要坚实底座

说起重庆的经济名片,许多人也可以如数家珍——天津米花糖、涪陵榨菜、合川桃片、忠州豆腐乳,更有嘉陵、建设、隆鑫、宗申、力帆及长安、铃铃等汽车名牌;但无论是汽车还是轻工“五朵金花”,其规模块头,发展势头和行业地位,与重庆城市的总体地位——长江上游经济中心还有差距。而作为名牌形成的底座注册商号,与北京、上海等发达地区相比,我市仍有不小差距。全市近16万户企业,50万户个体工商户,注册商号拥有量不到3万份。

基数小,注册少,缺乏在国内外具有重大影响的强势商标,这是现象。“本质是,大多数重庆企业面对名牌产品的挑战,放弃了创新,选择了贴牌。”西南商标事务所所长任萍分析说,一个城市注册商号的多少,就好比是一个城市名牌的塔座,只有塔座坚实,才能涌现出塔尖的名牌。

重庆服装业的教训是很明显的。上世纪80年代末90年代初,重庆服装业开始为国外名牌企业贴牌,年产值达2亿多元,创汇2100万美元,成为西南地区最大的服装生产基地。但由于没有自己的名牌,国外名牌攫取了8成

以上的利润,这便使强者与弱者的差距日益扩大。到上世纪90年代中期,因国际市场变化,订单突然减少的重庆企业再回过头来生产自己的名牌时,已经力不从心。

回顾重庆名牌的历程,大致经历了四个阶段:从1978年到1985年的名牌启蒙阶段;1986年到1990年的名牌涌现阶段;从1991年到1995年的国际冲击阶段,洋名牌与从国产名牌之间吃牌与反吃牌的竞争;1996年至今的强强竞争阶段。

成也广告败也广告

从十几年前涪陵一家濒临破产的小中药厂,到现在年销售额超过80亿的药业巨头,太极一直以其技术创新能力自豪。然而“哈药”广告轰炸战略带来的巨大市场成功,给了白礼西深刻的印象。原来营销的力量在今日中国名牌市场如此重要。从“曲美”区域独家经销权拍卖,到直接介入下游药店销售网络的构建整合,白礼西誓将太极从一个“技术”型企业转变为一个“市场+技术”的企业。凭着“营销创新”的成功,白礼西终于将一个地域性的名牌,变成了在全国有影响力的名牌。

广告上的大手笔投入也曾是奥妮的不二法宝。作为重庆轻工五朵金花之一,上世纪90年代初奥妮曾取得了不俗的市场业绩,甚至引起了国际巨头宝洁、联合利华的恐慌。奥妮的成功,在于它绝妙的广告创意,刘德华的“梦中情人”,光制作费便是1000万元,广告投入达到2个亿;周润发一往情深地给女主人公洗头,便拿到了1200万元的出场费。靠着这些鸿篇巨制,奥妮迅速崛起成为国产洗发水的扛旗者。1997年,奥妮的广告支出曾高达2.38亿元——这差不多是整个重庆当年广告投放总量的一半。但1998年,奥妮与奥美的合作,成了广告营销失败的一个经典案例,8000万元的广告投入只换来1亿元的销售额,奥妮从此一蹶不振。



重庆啤酒厂生产车间

多方打造重庆名牌

成也广告败也广告,这几乎成了许多重庆企业血的教训。像雨水腥腥露,像嘉丽羽绒服,尽管这些重庆造的失败有许多原因,但广告手段的千篇一律也成为致命缺陷。对于重庆企业目前在央视上鲜见亮相的情况,“今天广告”的客户总监王凡认为,这是重庆企业品牌观成熟的表现:“企业营销必须要考虑投入产出比,单纯依靠广告来扩大注意力也是一种泡沫表现。像谭木匠,很少做广告,但品牌影响力却与日俱增。”

重庆工商大学管理学院副教授廖成林,一直关注着重庆名牌的发展轨迹,“1995年前后,重庆企业的品牌意识普遍开始起步,纷纷在主流媒体上大做广告,目的就是吸引注意力。但仅仅把商标肤浅地理解为表面的视觉符号,忽视了其内涵,并不是真正意义的营销和完整的名牌管理。”廖认为,“现在的消费者已经成熟,因此,重庆企业应该静下心来,在企业整体战略的框架下,系统地思考名牌、名牌的建设和管理。”

廖成林给重庆企业提出了这样的忠告:“企业经营的情况总是很复杂的,营销、管理、人力资源、资金周转等方面相互牵制,企业不能单纯地为名牌而名牌,毕竟检验名牌实力还是市场。同样,就现在重庆的经济规模,要奢谈名牌群落的快速膨胀还不现实,只有当重庆经济的总体实力上去了,自然会出现一个名牌之家。”

记者 陈富勇