

# 华山脚下的“最美家庭”——记陕西秦岭发电公司职工浮越、冉亚绒一家

在陕西秦岭发电有限责任公司（秦岭发电厂），有这样一个三口之家，丈夫浮越，今年40岁，爱人冉亚绒，今年39岁，他们都是秦电的运行职工。女儿浮冉蕾，今年刚满10岁。在秦电，他们是职工心中的最美家庭。

秦岭发电厂位于陕西华阴市内风光险峻的西岳华山脚下，浮越和妻子冉亚绒夫妻都在秦岭电厂工作。他们已经走过的一半人生，都和“电”这个字有着千丝万缕的联系。电厂是典型的不间断连续作业，因为工作原因，他们早出晚归，昼夜颠倒的运行生活，在为企业的安全生产和发电忙碌、为社会无私地奉献光和热时，也必须处理好紧张的工作同孝敬父母、带好孩子的矛盾。

浮越和妻子在努力搞好工作的同时，为了女儿的成长教育，把女儿送到了单位的子弟学校去上学。年幼的女儿总是很好奇，为什么和爸爸妈妈在一个单位的叔叔阿姨总是谈论着一些她不懂的关于发电项目的话题，为什么她会对父母身上关于“电”的神秘色彩有着莫名的亲近和喜爱，而他们作为父母则常常潜移默化地给女儿灌输一些关于“电”的知识，并且相信她会在后来的年月里，一一找到这些问题的答案。

在女儿浮冉蕾还很小的时候，浮越和妻子总喜欢在她身边谈论“华能”“发电”这些对于当时的她来说还不太懂是什么意思的词语。后来她告诉我们，她也常听同在一个大院里的子弟学校的同学们说，“你还不太记事的时候，你父亲就整日絮絮叨叨地在你耳边对你说，我的女儿以后一定是要干大事的人。你母亲就总瞧着一边还在啃手指的你，跟我们的父母谈笑说，真希望她以后能成为和她父亲一样的人。”

这些充满无尽爱意的词句，这些富有家庭意义的话语，就像一颗颗种子，播在了女儿浮冉蕾幼小的心灵之中，期待着她有朝一日能成长为参天的大树。



●秦电职工浮越、冉亚绒夫妻幸福的三口之家

女儿浮冉蕾稍稍懂事些后，浮越和妻子虽然平时工作繁忙，但一直努力抽出闲时间来教育她。教她看地图，捉着她稚嫩的小手沿着960万平方公里的中华大地绵延不绝的边界线勾画着轮廓。他们告诉年幼的女儿，在那些遥远的美丽海岛上，在那些高高的圣洁雪山上，都有我们的战士在驻守。在那大洋的彼岸，有一群金发碧眼的外国人，等待着与未来的你邂逅。希望这些浮想联翩的画面，能够为建立起她的爱国意识和完整的世界观打下基础。

而任劳任怨的妻子做家务和拉家常之余也常常给女儿讲故事，教她读书写字。聪慧的妻子教她识字时，总是以有趣的认知方式带她领略那一个一个字蕴含的博大精深的中华文化，使年幼的她早早便能领会到一撇一捺中沉甸甸的人生真谛。她还教女儿算术，教她从“0”写到“9”，让她懂得如何去计量时间，又该如何去丈量空间。除此之外，她还会有意无意地教女儿“ABCDEFGH”这些简单的英语字母和朗朗上口的英文儿歌。

除却学识之外，他和妻子最注重的，是教浮冉蕾纪律和规则。总对她说，没有规矩不成方圆。一个人应当要严于律己，宽于待人，这是做人的基本原则。他们虽然只是普通的从业者，但严守单位纪律，从事工作这么多年来

一直兢兢业业，准备将自己的一生都奉献给发电事业，希望给女儿做出一个好父亲好母亲的榜样。不但丈夫而且妻子在工作上同样认真且表现优秀。浮越说冉亚绒在单位上和他互相帮助，在家任劳任怨，无怨无悔地承担着自己作为一个妻子和母亲的责任。

后来的女儿，顺理成章地进入单位的子弟学校学习。刚上学的时候，学校的纪律比较严格，前几个月女儿还不是很适应。她当时毕竟还是个黄毛小丫头，常在夜里为白天里老师偶尔的一句批评或小伙伴们无心的一句话而悄悄落泪。浮越总是很严肃地告诉她，学校不像家里这么安逸，是为了培养你适应学习的能力和人际交往能力，如果你连这点苦都熬不过去，你以后上了初中高中又怎么办呢。当时女儿身体里属于女孩子的娇弱和柔情也开始渐渐生长出来，听了爸爸这样生硬的话难免会伤她的心。这时妻子总会责怪丈夫，拉过女儿嘘寒问暖，问她在学校午睡得怎么样，中午吃得饱不饱，还说等明天她回家弄一大桌子她喜欢的菜。这样，父母能让她在学校陌生的环境里总能感觉到一股暖流，无论是学习还是玩耍都有了更多的活力，从而有利于健康成长。

浮越常常对女儿说，作为一个女孩子，不



●秦电职工浮越(右)和他的宝贝女儿浮冉蕾

仅要向这个世界展现自己的美丽和优秀，更要会隐藏自己的锋芒。女儿一开始不以为然，还是任性地我行我素。后来有一天，她回到家就把自己锁进了房间里。出门吃饭时她看似已收拾好了情绪，但父母还是从她低落的语气里听出了她的失意，从她支支吾吾的话语中了解到她和自己最好的朋友吵架了。爸爸一筹莫展，不知该怎么劝慰她。妻子却提出了一个好主意，周末带着孩子去爬山，去了趟仙峪，孩子的心情果然好多了。浮越说我看女儿天真的笑脸，也对妻子的温柔细心有了更多的敬佩和喜爱。就这样，在父母坚持不懈的教育、鼓励下，女儿终于慢慢地适应了各种各样的学校生活，也交往了不少真诚的朋友，让浮越和妻子悬了许久的心落到了肚子里。

就像大家常说的那样，无论你长多大，在父母眼里你永远都只是一个孩子。从小到大，浮越和妻子始终互相扶持，细心教育并呵护着女儿浮冉蕾，希望她能在一个充满爱的家庭中快乐健康地长大。而逐渐懂事的女儿也时常说，现在你们照顾我将来我挣钱养你们，我带着咱们全家像孔子一样周游列国。到那时候虽然爸爸妈妈都老了，但他们将永远是我心目中的最美父母。我们一家，也永远是最美的家庭。

(华阴秦电)

## 玉柴首批百辆新能源汽车正式交付客户

■ 陈潇潇

8月15日，玉柴首批百辆新能源汽车交付仪式在南宁市广西玉柴专用汽车有限公司新能源车间举行。玉柴专汽公司负责人代表玉柴，把“金钥匙”交到了客户代表深圳市通途新能源汽车销售有限公司总经理陈茜的手中，这标志着玉柴的新能源产业领域拓展正式拉开序幕。

此次玉柴交付的百辆新能源汽车，包含了NZ5030XXYYEV、NZ5040XXYYEV、NZ5041XXYYEV型号的纯电动厢式运输车，适用于城市物流运输；还有NZ5040XLCEV、NZ5070XLCEV型



号的纯电动冷藏车，适用于城市冷链运转。据了解，此批新能源汽车具有高安全性、高可靠性、高经济性的特点，尾气排放为零，一次充电可行驶220公里，且支持快速急充。

为适应市场经济的发展需求，在“十三五”开局之年，玉柴提出了发展“三大产业板块，三

大服务平台”的规划，新能源产业成为新兴产业板块。玉柴专汽作为新能源产业的重要支柱之一，自2015年10月开始建设新能源汽车项目，在2016年6月获得了新能源汽车整车生产准入及产品准入资质。截至2017年5月，玉柴专汽已有5款新能源汽车列入《新能源汽车推广应用推荐车型目录》和《免征车辆购置税的新能源汽车车型目录》（第十批），并顺利通过了汽车产品CCC认证，这意味着凡购买此五款产品的客户均可获得国家销售运营补贴和享受免征车辆购置税政策。

据悉，下一步，玉柴专汽还将加大研发投入，不断提升新能源汽车技术水平，同时加大

产能建设，力争在2017年实现产销3000台的目标，并在“十三五”规划末达到年产销5万台的能力。

玉柴集团董事局主席晏平表示，玉柴专汽进入新能源汽车领域，不但拓展了玉柴集团的终端产业链，形成新的战略支撑点，同时还丰富了现有的产业平台。首批百辆新能源汽车的交付标志着玉柴在新能源产业领域的拓展正式拉开序幕，接下来玉柴会进一步拓宽新能源产业链，通过合资合作、强强联手的方式，在电池和控制系统方面实现突破，力争在3至5年内，让玉柴新能源汽车成为玉柴集团继发动机后的第二大品牌。

## 中铁建重庆投资公司合资公司法人治理结构实现对资本的有效监管

8月23日，中铁建重庆投资公司主管与重庆高速集团委派领导，共同在日常财务报销流程中签字，履行合资企业财务报销“双签制”。这个再平常不过的场景，却是重庆投资公司通过资本合作，实现对资本有效监管的生动呈现。

今天，重庆投资公司所属的国有合资子公司、混合所有制子公司家族，已经发展到了6个。

当前，在交叉持股、相互融合的混合所有制经济在全国如火如荼实施之际，重庆投资

公司在组建合资公司、实施合作发展的路上已经奔驰了13个年头。当时光倒回至2004年9月，由中国铁建与重庆高速集团合资成立铁发遂渝公司的热烈场景，仍然让重庆投资公司的员工感到历历在目。

那么，为什么重庆投资公司对合资公司如此情有独钟？实际上，谜底就在合资公司的法人治理结构之中。长期以来，传统体制下的国有全资子公司，一直难以破解权力制衡难、决策不民主的难题，然而，合资公司的法人治理结构却自带“天然药方”。比如，铁发遂渝公司

董事会、监事会、经理层的结构，都是按照出资比例配置的。如此构架之下，可谓是“亲兄弟、明算账”，在财务管理、计价拨款等方面严格实行“双签制”，屏蔽了单方说了算、个人说了算的现象，双方商量着干、相互监督制约，成为管理的主基调，加强优势互补、实现共同发展成为一致目标。因此，重庆投资公司尝到了“甜头”，近年来成立的子公司具备条件的，就毅然采取合资发展的模式。

对此，公司下属的建新公司管理的在建工程投资总额高达400亿元，但是，公司负责

人深有感触地说：“我这个一把手个人说了不算数，大事要经过董事会，日常事务要通过双方经理层协商，尤其是财务报销、计价拨款必须双方认可、双方审批。”严密的法人治理结构，形成股权结构多元、股东行为规范、内部约束有效、运行高效灵活的管理机制，保证了各项决策的民主、科学、高效。

目前，重庆投资公司不仅有国有合资子公司，而且还通过与国有、民营企业实施三方股东的混合所有制改革，实现了对资本的有效监管、对多方优势的高效整合利用。（赵建）

## 成都正成为一线城市有力竞争者

■ 向小田

最近某招聘发布了2017年上半年全国主要城市人才净流入率排名。很多朋友看了之后惊呼：杭州遥遥领先！成都进入前三！友邦惊诧了。在很多人的传统印象中，对人才最具吸引力的城市是北上广深，孰不知，杭州、成都这几年默默地追赶，早已焕然一新，成为一线城市最有力的候选。

今天我们就来聊一聊成都。随着王者荣耀游戏的持续火爆（王者荣耀的制作单位腾讯天美工作室主要在成都）以及成都尼华鲁科技股份有限公司（即业内有名的tap4fun）在主板IPO越来越远，很多人意识到，成都，已经成为中国游戏名副其实的中心城市。

王者荣耀天美工作室的前身是卧龙工作室，听这个名字，大家都能心领神会，这是一家由四川人建立起来的游戏研发机构。而tap4fun的几个创始人，则清一色电子科技大学毕业的80后，成都出生，成都长大，成都读书，成都创业。

很多游戏公司选择在成都做研发，一是成都有IT研发的历史传统和氛围，研发类的公司数量和北上广深不相上下，像Manulife、华为、阿里、腾讯等都在这里有研发团队；二是成都人文气息浓厚，比如王者荣耀大量的三国形象来自于成都独具魅力的三国文化。



华人文化黎叔就说了，成都的文化让人有很多灵感和创意，很适合搞创作。三是四川高校众多，电子科大、川大、西南交大供应了很多游戏人才，有句话说得好，“游戏圈里面1/5的创始人毕业于电子科大”。

题外话，玩游戏，就服电子科大的宅男。

光以上这些还不够，因为国内很多其他城市也有类似的资源禀赋。

成都为了汇聚软件资源，建立起了天府软件园，如今这个软件园从业人员已经高达4万余人，成为国内规模最大、发展最快的软件园区。而在这个软件园中，除了王者荣耀，还诞生了一批月流水过千万的手游产品，比如银河帝国、王者帝国、斯巴达战争、三剑豪、帝国塔防3、花千骨、忍者萌剑传、战地风暴等等。

这数年在游戏产业方面的爆发，都和成都都在六七年前就开始在游戏产业上的重点投入有关系。从2011年起，成都就对所有游戏创业团队提供各种优惠，减免房租、税收优

惠、专业辅导、人才补贴等等。更重要的是，成都物价低廉、房价不贵，在这样的环境下做研发，员工心里更踏实。软件研发没有地域限制，当然选择这个价值洼地。对于游戏的研发更是如此，往往多款游戏研发出来才出一个爆款，如果成本比较低，那么，相当于用同样的钱做了更多的游戏，成功概率大大增加，这就是为什么游戏公司选择成都的原因。

“一个月工资买一平米房，和半年工资买一平米房，你选择哪里？”说句实话，在基础设施方面，成都和北京没多大差别，生活更舒服，我是程序员我也选择成都。成都现在好的软件公司员工工资和北京一个水平线，甚至更高。

而成都软件业的发展，还有一个很重要的原因，因为远离北上广等信源，这里的互联网公司尤其是游戏公司就更只能从虚拟世界中获取商务、运营资源，让他们更加专注于虚拟网络社会。Tap4fun的崛起就证明了这一

点，为了避开与其他游戏开发公司的竞争，这家公司专注于在App Store和Google Play上开发面向海外用户的游戏，避开了国内红海般的竞争，取得了巨大成功。这也就是为什么游戏业在成都如此发达，而比如SaaS、云计算等还稍逊一筹的原因之所在。

游戏产业只是一个缩影，背靠四川8000多万人口，成都作为一个1500万人口、GDP超过1万亿美元的超级城市，这样的条件，国内可比竞争对手不多，完全具备成为中国新一线城市的条件。武汉虽然可以比一下，但是湖北省人口只有5000多万，需要吸引河南、安徽、湖南的人口才能和成都相比拼，但哪有那么容易，郑州、长沙、合肥、南京也虎视眈眈。而成都周围几乎无竞争对手，四川地形封闭，对外交通不便，离全国其他经济中心太远，形成四川盆地对成都非常强大的向心力，真要说竞争就一个重庆，从目前区域辐射来看，重庆更是吸引贵州、川东、鄂西的人口流动。

从今年上半年经济总量来看，全国26个省会城市（不含拉萨、四直辖市），广州以9891亿元位居第一，而成都以6111亿位居第二。而成都上半年GDP增速也达到了8.1%。合并简阳之后，成都往南腹地广阔，随着天府新区（唯一省长兼任管委会主任的国家级新区）和第二机场的建设，成都未来几年经济发展的要素很充沛，新一线城市的潜力也会逐渐为社会所认知到。

新闻时评

## 治虚假医药广告 还需下“猛药”

■ 廖海金

据报道，广电总局近日发布《关于加强网络视听节目领域涉医药广告管理的通知》。通知要求，视听节目网站对本网站与医药产品宣传推介相关的广告和视听节目做一次全面梳理，使用虚假医药代言人误导消费者的，要立即清理。

毋庸讳言，这是在近期停播了“苗仙咳嗽方”等40条违规电视广告之后，国家新闻出版广电总局为规范网络视听节目领域涉医药广告管理的一项及时而有效的举措。

长期以来，虚假医药广告泛滥，老百姓深受其害，深恶痛绝，已成为了一种社会公害，因为它直接关系到人民群众的就医用药安全和生命健康。近年来，虽大力整治，但医药广告违法率仍居高不下，顶风违法、名目张胆挑战法律问题十分突出。

诚然，随着生活水平的提高和保健意识的增强，公众对医药保健品的需求也在加大，广告宣传则是人们认知、购买的重要渠道。然而，正是瞅准了大众的这一心理，类似刘洪滨的“神医”们便大行其道，公然欺瞒观众，甚至披上“专家”、“权威”的华丽外衣坑害消费者。而在这其中，受众广泛的电视媒体及网络视听节目却起着推波助澜之“功效”。毕竟，在众多观众尤其是老年人那里，网络视听节目等大众传播媒介有着毋庸置疑的权威与公信力。这种以打着养生节目为幌子的背后，行的却是推销医药保健品之实。

其实，虚假医药广告的乱象根本不是法外之地。2015年正式施行的新《广告法》第十九条明文规定，广播电台、电视台、报刊音像出版单位、互联网信息服务提供者不得以介绍健康、养生知识等形式变相发布医疗、药品、医疗器械、保健食品广告。

广告法还规定，广告不得含有虚假或者引人误解的内容，不得欺骗、误导消费者。大众传播媒介不得以新闻报道形式变相发布广告，应当显著标明“广告”，不得使消费者产生误解。药品、保健品广告不得有表示功效、安全性的断言或保证，不得利用代言人作推荐或证明。医疗、药品、保健食品广告，应由相关部门先行审查，否则不得发布。等等。

由此可见，立法者的用心不可谓不良苦，对医药保健品领域乱象之弊不可谓不洞察。然而，即便如此，这些法律规制在实际执行中依然还是被大打折扣。

究其原因，主要是“利益”所致。据了解，我国相关法律法规明确要求，医疗、药品、医疗器械、保健品、食品、化妆品等广告单条播放时间不得超过1分钟，但专题广告的时长往往可达20分钟，并且未向相关部门申请广告资格。相比正规的医药广告，专题广告投放成本更低，播放时间更长，利润空间大，因此广受一些商贸公司或医药企业青睐。有媒体报道，一家商贸公司在某专题广告播送后不久就实现了上百万元的销售额，足见上当者之多。

当然，问题不仅仅出在媒体上。正是有了从药品生产厂家、代理商、广告公司、电视台，合谋成了一种黑色产业链，才有眼下一个个“医药广告表演者”的前赴后继，成为非法敛取公众财富的工具。

还有就是，监管的有意放纵。一位电视行业资深人士或许一语道破天机：“电视上几乎每天都在播，有关部门不是看不到，只是不想管，甚至不敢管。”这足以说明监管部门的不作为。

诚然，上述多链条的“失范”，助长了虚假医药广告及伪专家的“盛行”。长此以往，不仅扰乱了药品、保健品市场规范，损害了消费者权益，还搭上了一些媒体的社会公信力。只有将滋生此类现象的土壤彻底根除，才能有效刹住这股虚假广告之风。

一方面，在对广告主和代言人进行处罚的同时，更应该对广告经营者和发布者的大众传播媒介进行处罚。一旦发现其把关不严，发布虚假广告，就应该给媒体停播一段时间广告的处罚，如果多次发生发布虚假广告的情形，应该取消媒体的广告播出权。

另一方面，倘若监管部门工作人员存在玩忽职守、滥用职权、徇私舞弊的情形，也应受到处分，构成犯罪的，还要被依法追究刑责。

