

张家界、庐山和五大连池被联合国教科文组织黄牌警告

重创收轻保护酿成的苦酒

特约记者 张晋 报道

联合国教科文组织 9 日给予中国三大著名景区湖南张家界、江西庐山和黑龙江五大连池黄牌警告,督促三者在“向公众科普地球科学知识”等方面整改。事件引发强烈反响,涉事景区是何态度?

三地认帐 正制定整改措施

在受到黄牌警告后,张家界、庐山和五大连池相关方面作出了回应,一方面认账认错,一方面开始制定相关整改措施。

张家界市国土资源局局长高建国表示,张家界世界地质公园这块金字招牌来之不易,作为世界各地质公园网络成员,加强世界地质公园的建设管理与维护利用是不可推卸的责任和义务。此次黄牌警告表明了张家界在宣传科普知识方面仍然存在差距,亟待进一步完善。张家界将积极整改,针对在设立标识牌、建立博物馆等方面工作存在的不足,把工作落实到位。

目前,张家界国土资源局已经从世界地质公园的 Logo 更新、科普教材的通俗化编印、环境教育项目开发、溶洞环境保护、加大导游培训等十个方面提出了初步的整改规划,并成立了专门班子,着手拟定《张家界世界地质公园两年改进实施工作方案》,然后组织全面实施。

庐山管理局回应称,将在三个方面进行整改:一是构建一个专业的地质公园队伍;二是用通俗易懂的语言对各个地质遗迹进行解说,更新全部解说牌;三是强化世界地



质公园标识系统,制作地质导游图。

黑龙江五大连池风景区管理委员会表示,将利用一年时间在加强对外交流合作、普及地质知识、建设科普设施等三个方面工作完善提高,以期在世界地质公园再评估中顺利通过。

三家景区 是怎么吃到黄牌的

那么,为何张家界、庐山、五大连池会被联合国教科文组织警告? 2004 年,我国的张家界、庐山和五大连池被联合国教科文组织列入首批世界地质公园。而每隔四年,联合国教科文组织都会对各国获得世界地质公园网络成员资格的景区进行评估,这是衡量和检验各个世界地质公园在地质遗迹保护、宣传地球知识成就等方面的重要工作。而评估检查结果将作为保

留、警告或取消世界地质公园网络成员资格的基本依据。

2012 年 7 月,联合国教科文组织专家对五大连池世界地质公园进行了现场考察评估,专家认为五大连池在地质科普宣传和对外交流等方面还存在差距。

同样,2012 年,联合国教科文组织专家对庐山地质公园、张家界世界地质公园进行现场考评时,也认为两家公园在“向公众科普地球知识”等方面有所不足。

那么,这三家公园是否会面临除名的危险呢?

据悉,在 2014 年前,世界地质公园网络评估局将再次对这三家世界地质公园的状况进行检查评估,届时的评估工作不仅仅只限于检查这些地质公园是否对世界地质公园网络评估局提出的十项问题和建议进行有效改进,而是一次正式的、全面的检查评估。如果没通过,这三家地质公园将会从世界地质公园网络中除名。

需打破 “重创收轻保护”怪圈

针对“黄牌警告”事件,有受访业内人士表示,纵观目前国内不少景区,身上都背负着地质公园、文化遗产的牌匾,然而却普遍呈现出一种“重评选、创收,轻保护、科普”的现象。众所周知,地质公园名号是景点招揽游客的金字招牌,也是景点门票、旅游市场的保障,但名号并非只是一纸证书,它清楚列明了应尽的责任和沉沉的义务。然而部分景区却片面注重其带来的经济效益,把创收放在第一位,在申报后忽视了自己应当承担的宣教义务,违背了申报的初衷,无异于本末倒置。

“重评选轻内涵建设在中国世界地质公园单位或多或少存在。”一名江西省世界地质公园初评专家认为,中国世界地质公园一般都开辟为风景名胜,景区为吸引游客都热衷于参评世界地质公园、世界遗产,但一旦成功入选后,往往不重视内涵建设,不重视或忽略其向公众科普地球知识的功能建设,背离了参评世界地质公园的本义。

这名专家认为,庐山地质公园在向普通游客科普地质地貌知识方面确实做得不够,缺乏地质公园标识和内容介绍,对于其突出的第四季冰川地质遗迹展示和介绍不够。

据悉,每年国内都有多所学校的地理专业学生在庐山地质公园开展专业实习,但庐山方面对此工作缺乏足够支持。作为世界地质公园,对于地理专业学生的专业实习不仅应该免收门票,而且还应该主动开展针对大中专学生的地质地貌科普活动。

神华 170 亿煤化工项目停工受罚

特约记者 陈伟 报道

1 月 22 日,环保部下发《行政处罚决定书》,责令中国神华煤制油化工有限公司下属包头煤化工分公司(以下简称包头分公司)煤制烯烃项目停止生产,罚款 10 万元。在通过环保部环保竣工验收之前,不得擅自复产。

2012~2015 年,我国将重点推进 15 个煤化工升级示范项目,其中至少 5 个是煤制烯烃项目。业内分析师认为,煤制烯烃项目投资大、原材料及能耗大、水耗高,真正回本很不容易,国内煤制烯烃项目需谨慎规划投资。

投资 170 亿项目被叫停

环保部称,包头分公司煤制烯烃项目于 2005 年 3 月经环保部环评批复(环审[2005]270 号),于 2010 年 6 月投入试生产,至今配套建设的环保设施未通过验收。

2012 年 10 月 26 日,环保部曾告知该公司违法行为,该公司于 2012 年 11 月 12 日作出陈述说明,承诺于 2012 年 12 月完成环保“三同时”验收,但是直到当年 12 月底仍未完成。为此,环保部责令该公司煤制烯烃项目停止生产,并罚款 10 万元。在通过环保部环保竣工验收之前,不得擅自恢复生产。

中国神华煤制油化工有限公司官网信息显示,包头分公司煤制烯烃项目是世界首套、全球最大煤基甲醇制烯烃工业化示范工程,核心装置采用具有自主知识产权的 DMTO(甲醇制低碳烯烃)工艺技术。主要生产装置包括 180 万吨/年甲醇装置、60 万吨/年甲醇制烯烃(MTO)装置、30 万吨/年聚乙烯装置、30 万吨/年聚丙烯装置。

上述项目于 2006 年 12 月获得国家发改委核准,2010 年 5 月全面建成,8 月打通全流程、投料试车一次成功、生产出合格聚烯烃产品。2011 年正式投入商业化运行。

年利润预计超十亿元

包头分公司煤制烯烃项目属于高耗能行业,是节能减排的重点领域。记者查阅中国石油和化学工业联合会官网发现,2012 年 7 月的先进节能企业经验介绍材料中,包头分公司于 2010 年 9 月投料开车以来,“污水排放没有出现超标现象,没有废弃固体废物排放,没有产生不达标的气体,到目前为止没有受到过政府部门、环保部门的节能环保处罚。”

亚化咨询分析人士表示,从环保部的公告来看,主管部门在 10 月 26 日通知企业要在 12 月完成环保“三同时”验收工作,考虑到环保设施工业装置的检查和调试,时间略显仓促,对企业而言难度较大。

资料显示,去年前 6 个月,包头分公司煤制烯烃项目实现销售收入 31 亿元,实现利润 6 亿元,成为第一个进入商业化运营并取得较好效益的煤制烯烃项目。神华方面曾预计项目年产能目标达 55 万吨,利润达 12 亿元。

此前神华方面曾称,该项目投资最省,总投资约 170 亿元(含空分装置),比同类同规模项目投资少了近 20 亿元,投资可控制在集团批准的基础设计概算内。

分析师认为,一个 60 万吨的煤制烯烃项目投资额大约要 200 亿元,包头分公司已投产的煤制烯烃年利润虽在 10 亿元以上,但由于投资巨大,要真正回本谈何容易,国内煤制烯烃项目需谨慎规划投资。生

不过也有业内专家认为,煤制烯烃盈利空间其实并不大,甚至有可能亏损,对煤制烯烃技术经济分析应重新考量,盲目上马煤制烯烃项目将面临巨大的投资与市场风险。

煤制烯烃环保难过关

2011 年中国煤制烯烃行业掀起了商业化热潮,神华包头、神华宁煤、大唐多伦和中石化中原 4 套装置先后投产。

根据《煤炭深加工示范工程规划》,在 2012~2015 年,我国将重点推进 15 个煤化工升级示范项目,其中至少 5 个是煤制烯烃项目,主要投资者包括中国石化和神华集团等。

“此次叫停对于神华集团煤化工战略发展不会产生影响,估计马上就整改,整改后再来验收。”神华集团有关人士表示。

目前,还有很多煤炭、电力企业以独立或合作的方式进入煤制烯烃、甲醇制烯烃领域。预计到“十二五”末期,中国烯烃年产能至少可达 5600 万吨,未来几年烯烃行业可能会出现产能过剩,2015 年之后产能过剩还可能加重。

环保专家认为,“煤制烯烃环境风险包括泄漏(气体、污水)、三重(重点危险源、重点工业设备、重大危害品)以及大面积泄漏爆炸等事故,环保问题实际上是一个投资问题,也是个全国普遍问题,不只是在煤化工一个行业出现。”

煤制烯烃具有煤炭成本低廉的优势,尤其在新疆、内蒙等煤炭资源丰富地区,但煤制烯烃项目水耗高,我国西北、华北煤炭资源丰富地区恰好是水资源缺乏地区,环境脆弱,容易出现环保问题。

神华集团 煤化工项目具备验收条件

1 月 23 日,神华集团称上述被叫停的煤制烯烃项目“已经具备验收条件,环保投资 7.9 亿元,目前,无人机环境遥感监测结果合格,国家环保部已经启动环保竣工验收程序,包头分公司正在研究提请行政复议”。

神华集团称,包头分公司在收到处罚决定后,已经按要求缴纳罚款。正在研究提请行政复议,将尽快向国家环保部书面汇报。

包头分公司煤制烯烃项目是目前世界首套煤制烯烃商业化示范项目,神华集团表示,其环保投资 7.9 亿元。试生产至今,环保设施全部投入运行,污水排放达到“污水综合排放标准”一级标准。

但是,环保部方面称,2012 年 10 月 26 日,环保部曾告知神华集团包头项目违法行为,该公司于 2012 年 11 月 12 日作出陈述说明,承诺于 2012 年 12 月完成环保“三同时”验收,但是直到当年 12 月底仍未完成。

神华集团则表示,2011 年 3 月 29 日,包头分公司提出环保验收监测申请,中国环境监测总站受理了该申请,于 2012 年 3 月正式出具了《神华煤制烯烃项目竣工环境保护验收监测报告》,报告显示监测合格。

2012 年 6 月 1 日,包头分公司向国家环保部递交了《项目验收申请报告》和《项目竣工环境保护验收监测报告》,国家环保部正式受理了该项目验收申请。

2012 年 8 月 16 日至 9 月 6 日,国家环保部委托卫星环境应用中心和包头环境监测监察支队对该项目进行无人机环境遥感监测,监测结果合格,已经具备验收条件。目前,国家环保部已经启动环保竣工验收程序。

“不准玩‘贵就赔’” 京东易迅掐架

特约记者 赵倩 报道

1 月 15 日,京东商城正式向腾讯旗下的电商平台易迅网发出警告函,称易迅以京东商城价格为比照,向客户开展的“贵就赔”活动,违反《反不正当竞争法》及相关商业道德准则。

法律界人士认为,易迅的这一行为,并不违反《广告法》及《反不正当竞争法》,从商业角度看,也是正常的商业竞争。以搅局者身份入局的易迅,将打击目标直指市场排名第二的京东,并引来京东的反击,则反映了电商领域的竞争已致白热化地步。

京东直接警告易迅

记者获得的警告函显示,发出方为京东商城的运营方北京京东叁佰陆拾度电子商务有限公司(工商资料显示,北京京东叁佰陆拾度电子商务有限公司成立于 2007 年 4 月 4 日,法定代表人为刘强东;以下简称京东),接收方为上海易迅电子商务有限公司,发出时间为 1 月 15 日。京东在警告函中指出,易迅网以京东商城网站商品价格为对照,向客户开展“贵就赔”活动,“该活动违反了《反不正当竞争法》及相关法律法规规定,严重违背了公认的商业道德准则,侵害了我司合法权益”。

据了解,“贵就赔”是易迅去年底推出的一项服务,承诺只要消费者在易迅购买的商品比京东同款商品的售价贵,就将差价返还给消费者。此前,易迅网 CEO 卜广齐对记者透露,易迅将继续在北京维持对于京东商城的价格压力,推出“贵就赔”服务,并且会将此服务作为一个长期的竞争策略。

警告函中,京东要求易迅立即停止开展“贵就赔”活动,删除相关页面,在易迅网首页向京东赔礼道歉,否则,京东将采取进一步法律行动,“我司已采取相应的证据保全措施,望贵司权衡利弊得失,尽速纠正



违法行为。我司保留追究贵司法律责任的一切权利”。

这也是京东在去年易迅网向其发起全面进攻后最为“激烈”的反应。获得腾讯投资并控股后,易迅正从一个区域的电商逐渐扩张到全国。自 2012 年初开始加速全国化布局以来,易迅重点巩固上海、突破深圳和广州、攻坚北京市场。

上个月初,易迅更直接插入京东腹地北京,该公司不仅在北京主要地铁、公交线路和各大换乘点大打广告,更推出“一日三送”为主题的线下广告已经覆盖了北京主要的地铁、公交线路和各大换乘点。

上述内容得到了京东的证实。京东方面在发给《每日经济新闻》的书面回复中表示:作为中国最大的综合网络零售商,京东商城受到诸多电商企业的关注,我们欢迎各电商平台公平、公正、公开的竞争,良性的市场竞争会不断提升消费者的用户体验,对于商品的选择和购买,消费者拥有最终的发言权。

易迅网也向记者确认,的确收到了署名和盖章为“北京京东叁佰陆拾度电子商务有限公司”发来的警告函,正在核实相关情况,暂时

不对此进行回应。

京东也是“压力山大”

互联网专家曹悦平指出,多年来,京东 CEO 刘强东常以低价策略打击竞争对手,如今在赢利压力下,京东内部提出了要赢利止损的目标,其自身也是“压力山大”。而易迅网“咄咄逼人”的价格策略或成为京东实现赢利目标的最大障碍。

价格优势也为易迅带来了增长的销量。根据此前易迅公布的数据,2012 年易迅销售额取得了大幅增长,全年销售额接近 60 亿元,较 2011 年的 23 亿元增长一倍多。尤其是在华南地区,日订单数最高达到了 4 万单,在华北地区,正式发力不到一个月,日订单已经稳定在了 1 万单以上。

京东的另一个压力来源于供应商对易迅的态度。记者注意到,越来越多的供应商开始重视易迅这一渠道,尤其是手机类目,很多大厂选择了通过易迅整合腾讯资源发布新品,比如某款国产 4 核手机,在易迅首发后 3 天的预约量就达到了 220 万部,HTC 的一款高端智能手机也选择在易迅首发,一天的预约量就

超过了 10 万台。在此效应带动下,多款手机都选择了在易迅首发。

一位不愿意透露姓名的供货商表示,相比京东,易迅背靠腾讯的平台价值更为明显。

易迅的强势进攻已经给京东造成了压力。据接近京东的人士透露,就在此前,京东内部定下两大目标,第一是 2013 年赢利止损,而另一个目标则是“防易迅”。但此消息未获京东官方证实。

有媒体认为,易迅网的价格策略和区域布局给京东商城的战略造成巨大压力。去年年底,京东商城 CEO 刘强东在内部邮件和公开场合下,都曾明确表示京东商城在 2013 年盈利止亏,并且做适当收缩。而易迅网“贵就赔”活动的价格策略成为京东实现赢利目标的最大障碍。

另外,易迅作为腾讯旗下 B2C 电商平台,可以依托腾讯强大的客户群和资源渠道。自 2012 年 12 月以来,易迅的线下广告已开始覆盖北京主要的地铁、公交线路和各大换乘点,深入京东商城腹地。而且还打出“在北京,谁比易迅快”的口号,推出“一日三送”服务,直接挑战京东多年引以为傲的物流优势。

针对京东警告易迅“贵就赔”服务涉嫌违法一事,法律界人士表示,易迅针对京东的比价行为是否违法应该从三个角度来看:从《广告法》角度来看,要求“广告不得贬低其他生产经营者商品或服务”,易迅与京东直接比价,没有贬低京东的含义,也未产生实际贬低的效果;第二,从《反不正当竞争法》角度来看,法律明确规定的不得从事的不正当竞争行为中没有此类直接比价行为,基于民商事领域“法无禁止即自由”的原则,也不构成侵权;第三,从商业角度来看,电商领域的价格战是 2012 年整个行业的主题。京东在“8·15”价格大战中亦直接向苏宁叫板。这种直接体现竞争对手名称的比价行为应解释为正常的商业竞争。