

# 防汛关键期关注哪些风险？哪些河流可能发生超警洪水？——水利部相关负责人谈“七下八上”期间防汛抗洪

新华社 刘诗平

我国即将进入“七下八上”防汛关键期(7月16日至8月15日),这是每年防汛形势最为严峻的时期。这期间,防汛抗洪重点关注哪些风险?哪些河流可能发生超警洪水?如何有针对性地做好防御?近日,水利部举行“七下八上”防汛关键期有关情况新闻通气会,对上述问题进行了解答。

## 防汛关键期 重点关注四大风险

水利部水旱灾害防御司司长姚文广说,“七下八上”防汛关键期,总体上洪水多发、频发、重发,致灾性强。

根据防汛关键期汛情预测,重点关注四大风险:七大江河流域都有可能发生洪水,洪水防御可能面临多线防汛,防御任务十分繁重;局地暴雨极易引发中小河流洪水、山洪灾害、城市内涝等,防范应对难度大;中小水库、病险水库、淤地坝点多量大,抗御洪水的能力较低,安全度汛压力大;今年水利工程项目多,部分项目需要跨汛期施工,在建工程安全度汛风险高。

姚文广表示,水利部将有针对性地做好防御措施。坚持预防为主,前瞻、及时、准确做好汛情监测预报预警、会商研判、调度指挥;坚持以流域为单元,所有具备防汛能力、担负防汛任务的水工程全部进入防汛状态,实现流域控制性水工程统一联合调度,充分发挥整体效果;加强堤防巡查防

守,特别要加强超警超保河段和薄弱堤段、险工险段、堤防背水侧坑塘等地方的巡查防守,尤其重视夜间巡查防守。

同时,强化山洪灾害监测预报预警,切实完善县、乡、村、组、户5级责任制和“叫应”机制;严格落实水库安全度汛责任,在建工程全部落实安全度汛措施,高度重视城市防洪内涝问题;高度重视危险区群众转移避险,一旦出现险情或危险预兆,果断转移群众,确保人民群众生命安全。

## “七下八上”期间 七大流域都可能发生洪水

水利部信息中心副主任钱峰说,今年入汛以来,全国降雨的阶段性强,过程多、强度大;主要江河洪水早发、多发、并发,4月珠江流域发生6次编号洪水、较常年偏早2个月,全国大江大河已发生20次编号洪水;中小河流超警数量多、洪水涨势猛,全国24省份共有786条河流发生超警以上洪水,是常年同期的2.2倍。

旱情方面,云南、四川等地部分地区冬

春连旱持续时间达6个多月;6月以来,河南、山西、山东、安徽、陕西、河北、江苏、甘肃等地旱情一度发展迅速。

钱峰说,据预测,“七下八上”期间,我国旱涝并发、涝重于旱,可能有台风北上,暴雨洪水等极端突发事件趋多、趋广、趋频、趋强,致灾影响重。

汛情方面,长江上游可能发生较大洪水,上游支流嘉陵江、中游支流汉江可能发生超警洪水;黄河中下游可能发生较大洪水,支流渭河、汾河、伊洛河、沁河、大汶河可能发生超警洪水;淮河流域沂河、沭河可能发生较大洪水,淮河干流可能发生超警洪水;海河流域漳卫河、子牙河可能发生较大洪水,大清河、永定河、北三河、滦河可能发生超警洪水;珠江流域西江可能发生超警洪水;松花江、辽河可能发生较大洪水,嫩江、黑龙江、乌苏里江可能发生超警洪水;太湖、钱塘江可能发生超警洪水。

旱情方面,预计广东东北部、福建大部、浙江南部、湖南南部、江西大部、内蒙古中部、河北西北部、山西北部、陕西北部、新疆北部等地可能发生干旱。

## 销量下滑促销多 买黄金饰品算清账再出手

《中国消费者报》李燕京

随着黄金价格不断上涨,黄金饰品的销售量开始下滑,市场开始变得冷清。近期,一些厂商不约而同地开启了优惠促销活动,有的降低黄金每克单价,有的减免加工费用,还有的推出买赠优惠,买黄金饰品赠代金券。然而,这些优惠促销中却暗藏玄机,消费者一旦没算明白账,就可能在促销中花了高价钱,买了个寂寞。

### 市场冷清金价高

中国黄金协会今年4月公布的相关数据显示,今年第一季度,全国黄金首饰销售量同比下降3%。尽管降幅不是很大,但商家们已经强烈地感受到了市场的寒意。

广东深圳水贝市场的黄金商户秦浩告诉记者,以往黄金柜台围满了顾客,但最近一段时间客流量明显减少。虽然今年第一季度黄金饰品的销售量还算可以,但从3月中旬之后,环比每个月黄金销量都在下降。

方蓁蓁是水贝市场的一名黄金饰品代购,她对记者说:“水贝市场的黄金饰品价格比商场里面便宜,有不少人需要我帮忙代购。去年,我每天要代购30件左右,但是近来客户量明显下滑了不少,有的时候一天也没有一单生意,销量下滑主要还是金价太高导致的。”

记者了解到,由于金价位于高位,而且波动频繁,使得首饰加工企业原料成本上升、出货量下降,有部分中小型加工企业已经开始减产、缩减人手。

### 促销热闹账难算

走进商场的黄金饰品区域就会看到,每家品牌店铺的门口都贴出了优惠促销的宣传海报。稍加注意就会发现,不同品牌

促销的规则各不相同,同一品牌不同商品的促销政策也不同。消费者如果没有点数学基础,不但薅不到促销的羊毛,一不小心还可能买贵了。

记者在一家商场的黄金饰品销售区域看到,所有品牌都有克减促销的活动。黄金克减看上去是简单明了的打折方法,但进入店铺就会发现,并不是所有的黄金商品都能享受克减的优惠。多数店铺把商品分成不同的区域,有的区域商品能享受克减,有的则是满减,还有的是“一口价”专区。“促销的方式可谓十分丰富,但如果真要购买一件黄金饰品,仔细算账的时候就会发现,这账有点难算,而且,越算越觉得自己并没有得到优惠,所有的优惠都是在‘绕’消费者。”一位北京消费者对记者说。

在北京京西大悦城,记者看到一个按克重计价的足金如意锁,价签上标明总重量6.58克,工费612元。销售人员对记者说:“工费有的是直接标明价格,有的是按克重来计算,定价主要参考工艺复杂程度。这个金锁的克重单价每克优惠后的价格是680元,克重计价后为4474.4元,加上612元的工费,销售价格为5086.4元。”

直接降克重价格的商品计算起来还算简单明了。记者看到,部分商品的促销力度看似比较大,相当于买一送一,但详细询问后才知道,购买指定的商品,才可以送指定的款式商品一件。而能够享受买一送一

的商品多为高价款或是高加工费的商品,赠送的商品多为小克重、造型简单的商品。记者还看到有买1000元送500元的活动,参加活动的商品都是含有足金装饰品的珠串,不过送的500元却不是现金,而是购买同类商品的代金券。

### “一口价”实际不便宜

在采访中不少消费者都认为,“一口价”的足金饰品优惠力度最大。商家不按照传统的克重计价,而是摆出甩卖的态度,说一个价钱。其实,“一口价”商品是高价款商品,如果按克重计算价格,每克单价可能轻松过千元。

记者在京西大悦城的珍品阁看到一个2.75克的吊坠标价3100元,便向销售人员询问:“这个吊坠的价格为何比按克重计算价格的商品贵很多?”销售人员回答说:“‘一口价’的商品制作工艺都比较好,都是克重小、立体感强、硬度高、设计新颖的产品,而且不再单独收取加工费。”

六桂福的销售人员对记者说:“‘一口价’销售的是精工商品,不按克重计算价格。我们品牌的商品多是‘一口价’的,这是黄金销售的一种趋势,每个品牌现在都有大量的‘一口价’商品。”

记者发现如果消费者不主动询问,部分足金饰品销售人员绝口不提“一口价”商

品的重量,还会承诺能够以旧换新。

北京鸿瀚投资有限公司分析师刘婧说,一直以来黄金饰品单价高,利润低,主要靠走量赚取利润。目前黄金价格波动较大,足金饰品的销量受到了影响,因此商家开始提高工艺水平,加大了足金饰品的利润空间。

### 换购条件多不省心

因为足金保值的特点,各家金店都开展了回收足金首饰换购新款的活动。不过记者发现,换购也需要收取各种费用,各种算法也不让人省心。

记者了解到,每家品牌的换购政策都不一样。在京西大悦城老凤祥店,销售人员告诉记者,用本品牌曾经售出的商品来换购,在换购时需购买原饰品克重1.3倍的商品,工费按照实际价格另外收取,免去30元一克的折旧费。如果不是本品牌的商品,换购要加收每克5%的损耗费。还有的品牌表示,定价每克720元优惠后每克618元,如果是克对克的换购,不加收任何费用,但是每件商品要按照定价收工费。

在采访中有消费者对记者反映:“在商场里逛金店,发现标价都很规范,一物一签,都标明了克重、价格。但是各种收费、促销混在一起,让消费者有些迷糊,而且不少收费、促销都是隐性的,没有公示,实在不让消费者省心。”

