

多数家庭洗衣机放阳台 污水流进河道造成污染

虽然南京早有规定,但缺少处罚措施

今年夏天,南京遭遇长时间连续降雨,地下管网遇到严重挑战。值得一提的是,管网里除了雨水,还有生活污水。原来,为节省空间,不少家庭装修时都把洗衣机装在阳台上,于是,洗衣服排放出来的污水就直接进了雨水管网系统,流进了河道湖泊。据了解,目前,虽然南京已经有相关规定,明确住宅装修不得将生活污水排入雨水管道,但由于缺乏处罚措施,大多数的家庭还是习惯把洗衣机装在阳台上。对此,相关部门也呼吁:希望市民能够从环保角度出发,不要把洗衣机放在阳台上。

现代快报记者 赵书伶



漫画 俞晓翔

现状: 九成多家庭洗衣机放阳台

把洗衣机直接装在阳台上是很多家庭的选择,主要是晾衣服方便,但也会产生很多麻烦。家住南京绿都大道附近某小区的王先生告诉现代快报记者,只要下雨,时间久一点或雨下大一点,他家阳台上的地漏就会漫出水来。“找了维修人员来看,原来是雨水管接下水道的一段被毛发缠着一些不明物堵了,清理后会好一阵子,但过一段时间又会出现类似问题。”维修人员判断,这应该是包括他家在内,楼上到楼下不少居民都把洗衣机放在阳台上,长期洗涤排污导致的。

昨天,现代快报记者在王先生家看到,一台自动洗衣机摆在阳台一角,洗衣机的排水口直接与雨水管道接通。王先生表示,整个小区大部分住户都把洗衣机装在阳台上。

现代快报记者了解到,选择把洗衣机放在阳台上的住户不少。据南京飞策装饰有限公司市场部何经理介绍,他们公司一年接100多个单子,“95%的客户会选择把洗衣机装在阳台上。”南京世外桃源装饰工程有限公司相关负责人也表示,他们所接的单子几乎都是把洗衣机装在阳台上。

污染: 洗衣脏水大部分进了河道

洗衣机装在阳台上,废水排向哪里了呢?对此,王先生表示,只知道是顺着排水管道走了。至于流往污水厂还是河道,王先生表示并不知情。

据了解,目前,普通楼盘的下水系统有两套:污水管和雨水管。污水管道与包括马桶、厨房等生活用水管道相连,污水送入污水处理厂。而雨水管是与屋顶相连,每一户留一个空调冷凝水的接口,这套管道的水直接排入河道。而一般楼盘里,阳台上是没有污水管道的,阳台上装的地漏一般也是和雨水管道相连接。“要是放上洗衣机、拖把池,污水只能排到雨水管中。”南京水务集团相关工作人员介绍,这样,部分污水就未经处理,直接排入河道了。

含有磷等化学物质的洗衣污水排入河道导致的直接后果就是水体的富营养化,导致水质变坏,形成“黑臭河”。

呼吁: 尽量不要把洗衣机放阳台

其实,早在2008年1月1日起,南京就实行了《南京市装饰装修管理条例》,第三十条中明确规定:住宅装修不得将雨水管道用于排放生活污水。“规定是这么说的,但是缺乏相关处罚条款,而且装修也算是住户个人的事情,所以很多住户在装修的时候还是选择把洗衣机装在阳台上。”何经理说。

对此,相关部门专业人士表示,由于没有明确的处罚规定,只能是呼吁,希望市民能够从环保角度出发,尽量不要在阳台上安装洗衣机。

未来金店将变“黄金银行” 用APP就能定制首饰

快报讯(记者 张瑜)家里有闲置的金条或金首饰?就存到金银珠宝店等着拿利息吧!上周六,现代快报记者从宝庆尚品和金一文化资产重组新品发布会上获悉,未来,宝庆尚品门店会变成“黄金银行”,消费者可以将金条及黄金饰品像货币一样储蓄在店里,并获取一定利息收益;另外,消费者还可以通过手机APP实现珠宝的私人定制。

记者从上周六的发布会上了解到,早在今年4月份,A股中小板上市公司金一文化就发布公告称,拟出资3.98亿元收购南京本地珠宝品牌宝庆尚品51%的股权。7月1日,双方完成资产重组,达成全新战略合作。发布会上,金一文化董事长钟葱透露了金一文化与宝庆尚品牵手后的一个大计划,即“互联网+黄金+创意”。具体怎么操作呢?那就是消费者可通过手机APP,把家中闲置的黄金珠宝、金条等让宝庆尚品“代

存”,就像存进银行一样,然后让金子“生”金子,消费者能获得相应的利息。比如说将10克黄金存一年的话,就变成11克黄金。据业内人士介绍,这就相当于把宝庆尚品的实体店变成“黄金银行”,这种投资比较适合那些做长线投资的黄金持有者,在托管黄金的同时,还有一定的“利息”收益。

据了解,手机APP以后还可以做私人定制,消费者可以通过APP上传自己关于珠宝首饰的设想或创意,然后宝庆尚品就根据创意来给消费者定制私人专属的珠宝首饰。

发布会上,宝庆尚品还宣布独家冠名央视真人秀节目《汉语桥·我与中国第一次亲密接触》。从7月15日到18日,该节目中8名老外以现代快报实习生的身份,来南京寻访侵华日军南京大屠杀国际救援的有关史实,并在7月19日的现代快报上发表了他们的实习作品。

对客货运安全展开突击检查 海事局向乘客普及逃生常识

7月17日,南京海事局对所管辖的板桥汽渡和中山码头等地货运和客运船进行了突击安全检查,检查的同时,海事局工作人员还向乘客普及了救生衣穿戴方法,以及紧急逃生办法等安全知识,受到了乘客们的好评。

7月17日上午,现代快报记者跟随南京海事局船舶监督处的工作人员乘快艇首先到板桥汽渡,对板渡6号轮进行了安全检查。在驾驶台中,船舶监督处副处长王助祥要求驾驶员打开了安全应急设备,经过检查发现不论是用来与各方通讯联系的甚高频,还是用于发生故障时备用的应急舵都能正常工作。

随后,海事局检查人员又来



到了中山码头,登上了每天往返于江南江北两地的“宁浦线”,在船上,王助祥首先查看了救生衣的配备情况。随后,一名检查人员向乘客们普及了救生衣的穿戴方法,作为“模特”的顾先生说:“我几乎每天都会坐渡轮,但还真不知道救生衣该怎么穿。”

最后,检查人员还向乘客普及了逃生常识,“首先大家应正确穿上救生衣,然后走逃生通道,如果通道有异常,应立即用锤子砸开船舶的玻璃。”

现代快报记者 陈志佳

一周内,江浦4家楼盘开盘3家“日光”

快报讯(记者 马乐乐)在“国家级新区”的号召力下,江浦的楼盘已持续亢奋超过半个月。在刚刚过去的一周,江浦4家楼盘开盘,结果3家“日光”,1家接近“日光”。

上个双休日里,老山南侧的明发香山郡开盘推出80套房,均价1万元,结果被买房人迅速买光。

“日光”在江浦楼市正在成为常态。上周五,正荣润锦加推10号楼共126套房,当晚售罄,开发商称这个

月已卖掉了价值10亿元的房子。上周四,保利西江月首次登场开售264套房,开发商表示当晚卖出95%。上周二华润国际社区加推4号楼共216套房,也是开盘后迅速卖光。

“主要是投资客涌入造成热销。”江北一家开发商人士表示,从国家级新区获批半个月的表现看,浦口区的楼市呈现出不断升温的情况,到区域内投资买房的已不仅仅是南京人,还包括来自苏北和安徽

的投资客。伴随着成交量的火爆,房价也节节攀升,华润国际社区短期内单价已经上升近2000元/平方米,正荣润锦几乎每周上调两次价格。

有业内人士分析,近几年来南京楼市的投资机会较少,投资客原本就积压了一批,江北新区的获批给了投资需求宣泄的出口,不过江北后续无论是新房还是土地,供应量都很大,买房人追涨仍需冷静思考再作决定。

灿星携手苏宁易购推粉丝力量 为中国好声音冠军打造百万黄金战衣

作为前三季都不曾缺席的合作方,苏宁易购在第四季节目中再次如约亮相。而中国好声音作为国内首屈一指的音乐选秀节目,除了专业的音乐品质外,更离不开观众与粉丝的大力支持,而本季“新人”导师华语乐坛领军人物周杰伦的加入,也使得好声音更加令人期待,节目尚未开播就获得了大量粉丝的关注与支持。

据李斌介绍,在本季好声音节

目的合作中,苏宁易购将化身好声音学员粉丝的援手平台,粉丝可以通过苏宁易购“粉丝力量”来表达诉求,并汇集力量为偶像发声,通过自己的力量来定义偶像。通过“粉丝力量”,粉丝可以通过众筹的方式让偶像发专辑、开演唱会、设计应援物品等,并得到符合自身定制需求的回报内容。更加重磅的是,苏宁易购“粉丝力量”互动平台将为本季好声音冠军学员众筹打造价值百万的

黄金战衣,在凸显自身作为独家服装提供平台性质的同时集合百万粉丝力量,为冠军“加冕”,让他获得属于自己的荣耀。

同时,苏宁易购闪拍频道也会不定期放出好声音偶像学员的周边产品,如演出服、纪念品、明星学员定制音频等进行0元公益闪拍,粉丝参加活动可以与偶像一起做公益。

“粉丝是特殊的用户,他们的‘关注’,意味着兴趣和潜在购买行

为,而他们的取消关注则意味着需求的转移。因此粉丝经济的关键在于经营与管理,苏宁易购作为平台方,将通过‘粉丝力量’与粉丝进行积极的互动,并协助他们达成相关诉求,使得粉丝效应扩大,经济效益持续发生。”李斌表示。

李斌认为,粉丝不仅是产品的消费者,同时也是产品的制造者,“粉丝力量”正是基于这样的考虑,通过平台支撑,来达成目标。单靠一位粉丝

的力量可能微不足道,但是粉丝团体聚集到一起,并以苏宁易购“粉丝力量”平台为落脚点,就可以定义偶像。

资深营销人士指出,如今企业进行娱乐整合营销,面对的是眼光更加挑剔的粉丝,对于传统的品牌露出与生硬的植入,粉丝并不买账,苏宁易购“粉丝力量”创新营销模式,让粉丝真正深度参与进来,使其产生情感共鸣,对于企业形象与品牌影响力提升都能产生良好作用。

困难家庭成员可免费学驾驶 全市共100个名额,快拨打96060热线报名

快报讯(记者 刘伟伟)“温暖交通——百名困难家庭免费学驾”活动又与市民见面了。今年,南京交通部门继续拿出100个免费学驾的名额,提供给困难家庭成员,并继续启动媒体公开报名的形式。这是自2006年以来,南京交通第10次为困难群体提供

爱心驾培服务。

即日起,凡满足条件的南京市民均可拨打现代快报96060热线报名。名单确定后将进行公示,并在全市10多所驾校中,按照就近入学的原则分配生源,帮助这些困难人员掌握驾驶技能,预计8月中旬开始学习。

7月17日晚,中国好声音第四季正式开播。灿星制作联合苏宁易购召开新闻发布会,宣布达成战略合作,苏宁易购作为本季好声音学员服装独家提供平台,不仅携手各服装品牌为学员定制演出服装,还将整合双方“明星+平台”资源,主打粉丝经济。苏宁云商运营总部执行总裁李斌现场发布“粉丝力量”项目计划,表示将通过粉丝的力量为冠军学员众筹打造价值百万的黄金战衣。