



图为抓钢机正在整理料包。

7月8日,小暑刚过,暑热蒸腾;在干净整洁的太钢加工厂废钢加工仓储配送中心,一派热火朝天又井然有序的景象:抓钢机将硕大的钢材废料抓取过来,被专用破碎机切割成15厘米左右的零碎小块,再由打包机将散乱的废钢料打包成一个长宽六米高八米的整齐包裹,包裹被统一运送至炼钢车间。最后,这些原本已经没用的钢材废料实现了“变废为宝”的华丽蜕变……从建成至今十余年时间里,太钢加工厂废钢加工仓储配送中心作为中转站,为不计其数的废料重新找回价值,仅2020年一年就实现

废钢及各类物料吞吐周转240万吨。现场工作人员告诉记者,太钢加工厂废钢加工仓储配送中心始建于2006年,是集废钢加工、仓储、配送为一体的废钢加工仓储配送中心,是炼钢废钢供应的主要场所之一。废钢料场占地面积6.5万平方米,存储面积3.5万平方米,分为碳素废钢区和不锈钢废钢区两个区域。各类废钢分户分类存储,实现废钢清洁化、高效化供应。废钢料场主要装备有荷兰E-Crane门式抓钢机2台,德国利勃海尔轮式抓钢机5台,美国纽维尔1万马力废钢破碎机生产线1条,1500吨

太钢废钢加工仓储配送中心：吞吐废料“钢铁侠”

金属打包机1台。废钢料场主要承担炼钢所需废钢和部分辅料的加工仓储供应任务。按照“高质量、高效率、高效益、清洁化、标准化”的废钢加工仓储配送中心要求,持续推进“外采废钢品种化”,不断提高废钢用量、降低铁耗比。加工厂废钢料场破碎机生产线于2010年3月投产,主体设备为美国威尔公司1万马力破碎机,可年产70万吨碳素废钢或10万吨不锈钢废钢破碎料。该生产线破碎能力强,可对报废汽车、碳素废钢、不锈钢进行破碎加工,有效分离金属料和非金属料,利于节能减排。金属液压打包项目建于2021年,具备年加工3万吨的生产能力。该设备是将各类金属废料压缩成高密度冶炼原料的专用设备,可将厚度20毫米以下的黑色金属边角料、废线材及废钢等压缩为方便储存、运输及冶炼的小包块。在太钢加工厂废钢加工仓储配送中心,节能减排、绿色环保成为其渗透到方

面面的行动纲领。除了节约资源、变废为宝,近年来,太钢加工厂还按照碳中和、碳减排目标和建设超低排放A类企业的标准,大力进行废钢配送中心环境整治。对该区域内三条主要通道2.2万平方米道路进行整体硬化改善,并且配备2台清扫车,增设循环水,设立洗车台,实现“车光货亮”、道路平整清洁。他们还对区域内的破碎机生产线滚筒筛进行降噪攻关,实施降噪封闭项目,实现了厂界、周边噪音达标。此外,实施料格挡墙修复项目,墙面地面全部用钢板修复,极大改善了废钢存储环境,对碳素废钢料区6500平方米地面全部重新硬化、钢板铺装,实现了现场环境面貌的焕然一新。在新建的废钢料场配料间,所有散装物料集中封闭存储,整洁有序。此外,中心职工还精心设计主题文化墙,对节能环、循环经济等理念进行图示化宣传,进一步增强了全员环保意识。 本报记者 孙耀星 (图片由太钢提供)

弘扬伟大建党精神

凝聚接续奋斗力量

全市工业项目巡礼

需求持续增长 亲子游市场蛋糕越来越大

国家二胎、三胎政策先后出台,亲子游已成为旅游市场重要组成部分。旅游数据显示,二孩家庭出游正以每年30%左右的速度增长,今年上半年在亲子游市场的占比已达到25%,亲子游市场蛋糕正变得越来越大。

亲子游增长迅猛

“二孩家庭出游逐年增多,未来将成为亲子游市场的消费主力。”来自专业旅游平台的有关负责人介绍,随着旅游市场逐步复苏,亲子旅游、研学旅游热度不断升高。去年6月至今年5月的亲子游数据显示,二孩家庭出游迅速增多,今年将出现“爆点”,未来每年也将保持30%左右的增速。

在亲子旅游规划上,女性参与度远高于男性,占比高达76%。她们普遍注重科学育儿、关注最新资讯、消费更加理性,喜欢从性价比、品牌、口碑、服务专业性及产品个性化等方面评估亲子游产品。85后、90后、95后女性的占比逐年增加,成为亲子出游核心客群。在出游方式上,越来越多

的亲子家庭选择灵活机动的自由行,自驾成为主要交通方式,而且青睐多个家庭一同出游。从出游类型来看,传统“2大1小”仍是亲子游出行主力,占比达53%;随着二宝年龄增加,二孩家庭出游逐渐增多;多孩游、有相似年龄的朋友结伴出游日益流行,隔代出游比例明显下降。

主题乐园受宠爱

随着孩子年龄增长,亲子游的出游天数、客单价同步增长,体验内容也有不同。其中,4岁到6岁儿童出行最频繁。7岁至9岁儿童处于求知阶段,出游天数以一周以内为主,倾向于文化类场所,以及跨省游览、冬夏令营等;10岁以上少年则侧重长线游、户外运动、军事品格塑造等,以开阔视野的亲子

旅游主题产品为主。主题乐园永远是孩子们的游乐天堂,在最受亲子家庭欢迎的主题乐园榜单上,上海迪士尼乐园、北京欢乐谷、珠海长隆海洋王国、广州长隆野生动物世界、常州恐龙园、上海欢乐谷、横店影视城、上海野生动物园、上海海昌海洋公园、无锡融创海世界均入围。

亲子游寓教于乐

近年来,由于家长对孩子教育重视,亲子游产品供给也朝着娱乐化、主题化方向发展,研学旅游、文化活动也在丰富着亲子游产品体系。“夜宿+主题场馆”是亲子游新潮玩法,夜游博物馆、主题乐园露营、夜观昆虫等活动,均是利用夜间时间作为白天教育的补充和调剂。一些亲子游产品中,融合了职业体验活动,比如,考古寻宝、小小

记者、小小航天员、小小农夫等体验,让孩子们直观接触各职业。有的研学游产品,侧重人文知识了解,重点选择北京、西安等历史印记深刻的城市作为目的地。研学主题也向红色革命传统教育、学习传统历史文化、感受祖国大好河山、体验社会生活、了解科技国防、培养体能协作等方向发展。比如,三亚利用当地特有自然优

势,推出了雨林溯溪、野外生存、野外露营、海上活动、海洋探索、民族风情、人文历史等特色研学游活动,当地以“酒店+机票”为核心的家庭亲子度假游,成为旅游市场热销产品。 本报记者 贾尚志



市中医院举行第五届中医药文化节

本报讯(记者 郝晓炜 张波)7月8日市中医院举行了第五届中医药文化节暨“冬病夏治”三伏贴启动仪式。活动现场,该院肺病科和疼痛科的医护人员为大家展示了中医养生八段锦和颈椎保健操,介绍了保健操的适宜人群和保健要点,并带领大家一起做操。随后开展的中医专家健康咨询和健康知识有奖问答活动,也吸引了许多群众参与。据了解,该院第五届中医药文化节的时间从即日起至8月底,覆盖整个“三伏天”。期间,来该院接受“冬病

夏治”穴位贴敷疗法的患者还可享受到质优价廉的服务。“市中医院开展‘冬病夏治’穴位贴敷疗法已有40年,对这一疗法有深入研究,所调制的药方都是老一辈专家结合丰富的临床经验精心研制的。”据市中医院副院长刘克勤介绍,该院医生会根据患者的不同体质和临床表现选取穴位贴敷。以往在该院接受“冬病夏治”穴位贴敷后,许多患者都得到了很好的治疗效果。7月11日是“冬病夏治”头伏贴的时间,届时该院将组织党员、团员开展志愿服务,为广大市民提供优质高效的“三伏贴”服务。

山西芦笋罐头再闯欧洲市场

本报讯(记者 贾尚志)太原海关8日消息,一批重246吨、货值80.4万美元的芦笋罐头,出口西班牙。时隔4年,山西芦笋罐头再次出口欧洲市场。芦笋有“蔬菜之王”的美誉,是欧美消费者喜爱的名贵蔬菜之一。“芦笋罐头出口到西班牙,售价在欧洲各国最高,效益非常好。”山西瑞乐尔食品有限公司生产部经理李培诚说,随着国际市场好转,企业重新收获了出口订单。得知企业出口需求后,太原海关所属运城海关搜集国外最新检验检疫标准并指导企业按要求生产;监督检查原料来源控制体系、安全卫生和生产质量控制体系,综合分析产品风险,做好全项目检测;第一时间现场查验,缩短检验周期,快速验放通关。

停水通知

兹因配合地铁1号线施工,需对供水管线进行改迁,定于2021年7月10日10时——2021年7月11日10时在下列区域实施停水:

迎泽大街路南(劲松路——新建路)

望相关区域内的用户周知并提前做好储水准备,因停水给您带来的不便请予以谅解。

太原供水集团有限公司
2021年7月8日