

地铁电缆不合格 西安常务副市长鞠躬道歉 成都地铁被曝采用了同一品牌电缆,正组织全面检测

西安市的地铁三号线主打粉紫色调,曾几度刷爆西安人的朋友圈,“上天入地”、“紫霞仙子”都是它的代名词。这两天,这条“西安最美地铁”再次成为人们关注的焦点,却是因为严重的安全隐患。

3月20日晚,西安市政府召开发布会,公布西安地铁三号线电缆抽检结果和相关问题调查进展,国家电线电缆监督检验中心(武汉)副主任、高级工程师金群公布了西安地铁三号线电缆检测结果,经由西安市质监局3月17日在西安地铁三号线石家街、香湖湾、保税区三个站点随机取样的由陕西奥凯公司生产的五份电缆样品,经过检测均为不合格产品。

副市长鞠躬道歉 问题电缆将全部更换

西安地铁三号线全长39.15公里,总投资210亿元,是国家已批复西安地铁建设规划中线路长度最长的一条线。2012年8月开工,并于2016年11月开通运行。据西安地铁运营公司数据,地铁三号线单日客流曾达到34.5万人次。

西安市常务副市长吕健在发布会上鞠躬,向全市人民道歉。吕健表示,将在保证地铁三号线安全运行的前提下,争取用最短的时间对问题电缆全部更换。“我们还将邀请国家安全监管和地铁运营管理专家,对已运行的地铁一、二号线同步展开安全检测,保证地铁全线网运行安全。”

国内电缆专家、西安交通大学电力设备电气绝缘国家重点实验室郑晓泉教授在发布会上表示,出现问题的电缆限于西安地铁三号线部分产品400V辅助缆线以及120V信

号控制电缆,不涉及机车牵引1500V直流动力系统,因此不会影响机车安全运行与控制。

**涉事电缆公司
曾多次被查出质量问题**

奥凯电缆公司官网显示,该公司注册成立立于2012年11月,主要从事各类工业及民用电缆、特种专业电缆的生产及销售。该公司负责人曾表示,西安地铁三号线电缆项目是该公司的第一单生意。

国家企业信用信息公示系统显示,奥凯电缆公司曾在2015年11月9日、2016年1月25日及2016年2月22日被西安市质监局处以行政处罚,其违法行为类型为奥凯电缆有限公司“生产、销售不符合国家标准的电力电缆,销售伪造产品质量证明的电力电缆,以及销售不符合国家标准的电力电缆”。

2015年,陕西省质监局公布的不合格电力电缆名单中,也包括奥凯电缆公司,不合格

原因为“护套失重”。

**调查组将彻查
有无权钱交易、利益输送**

出席发布会的西安市纪委书记杨鑫说,由西安市纪委、监察局、质监局、安监局、公安局等部门组成联合调查组,已对西安地铁三号线电缆工程相关资料进行了全部调取审查。在检测结果初步确定后,公安机关在第一时间对涉事公司展开审查,依法控制相关人员8名,并封存该公司的其他批号电缆,对其生产场所和相关账目予以封存。

下一步,联合调查组还将彻查涉事电缆公司参与西安地铁建设的所有项目,包括不合格电缆生产、有无违规招投标等情况。“联合调查组在后续调查中还将彻查与涉事电缆公司有牵连的企业、政府职能部门和公职人员,有无合谋参与、权钱交易、利益输送等违规问题。”杨鑫说。

/ 综合新华社、人民日报、央视新闻等

香港大学发现 H7N9病毒基因突变 有助于研发新型抗流感药物

香港大学22日宣布,该校研究团队发现H7N9禽流感病毒基因突变,引致病毒容易感染人类,导致禽流感疫情持续。这项发现有利于监察禽流感病毒的跨物种传播和药物研发。

这项研究由港大新发传染病国家重点实验室和李嘉诚医学院微生物学系的研究团队进行。研究团队分析了2013年以来的H7N9病毒基因,发现所有H7N9病毒都在NS基因组带有一个名为NS-G540A的独特突变。

港大指出,一般来说,能有效感染人类的病毒在禽类的繁殖和传播会受到限制,但H7N9病毒带有的这个独特突变,能增强病毒在哺乳类(包括人类)的细胞繁殖能力,同时保持病毒在禽类有效传播的特性,使H7N9病毒获得其它禽流感病毒没有的跨种感染人类的关键能力。

港大李嘉诚医学院微生物学系教授陈鸿霖表示,此新发现解释了H7N9禽流感病毒在禽类流行同时又较容易感染人类的分子机制,为今后监测各种流行性禽流感病毒跨种感染人类的能力,及防止未来禽流感病毒演变成有效在人与人之间传播的病毒提供了重要的分子标记,有助于研发新型抗流感药物。

/ 新华社

北京不动产权证将 遏制“过道学区房”

记者22日从北京市住建委获悉,为进一步规范房地产市场秩序,加强住宅平房管理,北京市住建委会同北京市规划国土委正式发布《关于加强国有土地上住宅平房测绘、交易及不动产登记管理的通知》。通知规定,对于“过道”将在不动产权证附记栏中予以记载。专家表示,此举意在遏制“过道学区房”。

据介绍,该通知自2017年4月10日起执行。通知规定,严格依照规划许可内容 and 不动产权登记证明记载的房屋平面布局进行测绘成果审核和不动产登记,严控住宅平房一间擅自分割为多间的行为。通知针对既有存量做出规范,要求属地房管部门或其委托机构对住宅平房进行现场核验,将具有院落居民通行、应急救援功能的部位,在《存量房房源核验信息表》中标注为“通道”。不动产登记部门依据标注信息,在不动产权证附记栏中予以记载。

北京房协秘书长陈志表示,此次多部门联合下文,加强住宅平房管理,剑指“过道学区房”。陈志认为,此次住建、规划国土两部门合力,从规划验收、测绘审核、房源核验、不动产登记等一系列环节完善了政策。综合采用这些措施,平房测绘、登记的整体的办理程序上都完善严谨了,将有效遏制住宅平房擅自分割的行为,将遏制“过道学区房”产生。

/ 新华社

北京2016年比上年 多出生10万人

全面两孩政策实施后,北京市2016年自然年比2015年多出生约10万人,增长62%。这是记者22日从北京市妇幼保健工作会议上了解到的。

为应对全面两孩政策实施后的生育高峰,北京市多方面采取措施,通过将公立助产机构具有增床空间的特需病房统一调整为普通病房、科室间病房调整、合作租赁等方式,全市增加产科床位1400余张。通过吸引持证人员回归、定向培养助产士、科室调整和岗位招聘等措施,补充产科护士缺口,增加助产人员800余名,确保全面两孩政策平稳落地。

2017年,北京市将指导助产机构建立再生育咨询门诊,50%的助产机构要建立孕早期营养门诊并提供规范服务,并在全市范围内推进孕产期抑郁干预项目。围绕新生儿死亡顺位前三位早产、先天性心脏病和新生儿窒息,北京市将组织开展针对性干预。

/ 新华社

阿里巴巴全资收购大麦网 收购金额并未透露 阿里音乐未来将同大麦网实现业务打通

阿里巴巴3月21日宣布,对中国最大演出票务平台大麦网完成全资收购,收购金额并未透露。早在2014年7月,阿里巴巴便以D轮投资者的身份进入大麦,持有大麦网32.44%的股份。收购完成后,大麦网将正式加入阿里大文娱战略板块,通过线下内容落地与渠道触达服务。

阿里早已是大麦网股东

根据官网介绍,大麦网成立于2004年,以演唱会票务起家,是中国最大的覆盖现场演出、体育赛事等领域的演出票务平台,也是该领域最大的系统服务提供商。大麦网拥有一支超过300人的研发团队,先后研发了无线终端、电子票、身份证购票、人脸识别等创新型票务技术,拥有多项专利。大麦网创始人曹杰、冯宇鸿夫妇,此前,曹杰担任大麦网CEO。在曹杰夫妇发送的员工信中写道:“作出这个决定并不艰难。如果说,继续单打独斗是一个选项,那么和更大平台结合,以更高的起点发挥出优势应该是一个更好的选项。”

早在2014年7月,阿里巴巴便以D轮投资者的身份进入大麦,持有大麦网32.44%的股份。去年5月,阿里与大麦网深度合作,阿里旗下“阿里电影”正式更名为“淘票票”,并出售演唱会、体育赛事、电影等门票。“早在2014年7月,在我们大文娱战略还在雏形期,

我们就成为大麦网的重要股东。这是一场持续三年的认认真真的恋爱,也是一场实实在在的水到渠成的婚礼。”阿里巴巴文化娱乐集团董事长兼CEO俞永福表示。

大麦网将与阿里音乐打通

此次阿里收购大麦网后,大麦网将加入阿里“大文娱”板块。据悉,作为大文娱板块重要组成部分的阿里音乐,未来将同大麦网实现业务打通。一方面,在线演出票务结合音乐应用,实现用户数据打通;另一方面,以粉丝为核心,联动艺人、票务资源,形成以粉丝、艺人、平台三方联动的“线上+线下”的音乐营销模式。而刚刚在3月3日被任命为阿里音乐CEO的张宇,也将出任大麦网CEO。曹杰担任特别顾问。

俞永福表示,“随着大麦网的加入,将进一步完善线下基础服务环节的搭建,拥有更丰富的用户触及渠道,使我们得以将优质的内容、‘一站式’的服务和独一无二的创新文化娱乐体验带给更广泛的消费者。”

同时,阿里还表示非常看好VR演唱会这一内容。阿里认为,VR(虚拟现实)技术将成为未来颠覆线下演出行业的关键。作为“第二现场”的VR演唱会,其市场前景不可估量,无限想象。“我们认为,VR技术将为消费者带来一种更加自如,同时更为经济的全新娱乐体验。”

大文娱成阿里新增长点

去年10月31日,阿里巴巴文化娱乐集团正式启动筹建,业务组成方包括优酷土豆、UC、阿里影业、阿里音乐、阿里体育、阿里游戏、阿里文学、阿里数字娱乐事业部,俞永福出任阿里巴巴文化娱乐集团董事长兼CEO。在俞永福看来,阿里进入文娱产业是“高起点创业”,这是一个可以长期发展的实业领域。

2017财年阿里季度财报显示,阿里巴巴大娱乐板块正在成为继电商业务、云计算之后的新主营业务和核心收入来源。截至2016年12月31日,数娱业务收入达到40.63亿元人民币,同比增长273%。

/ 北京青年报

信用卡越多越爱理财 花钱与赚钱不矛盾,大数据显示:信用卡越多越爱理财

信用卡和互联网理财,一个侧重花钱,一个负责赚钱。爱花钱的人就不擅长理财吗?国内知名信用卡账单管理APP近日调查显示,约有88%的信用卡人群购买过互联网理财产品,而且持卡数越多的信用卡人群参与互联网理财的意愿更强烈。

互联网已成为居民理财的常规渠道,操作便捷、期限短、门槛低、选择空间大等特征是吸引用户购买互联网理财产品的动力所在。51信用卡最新发布的调查报告显示,21-40岁之间的青年男性是这一用户群体的中坚力量。

在参与互联网理财的信用卡用户中,21~40岁的人群占比达到91.84%。其中,男性比例更高,超过60%。但并非收入越高的用户参与互联网理财的意愿更强烈。数据显示,月收入在3001-8000元之间的信用卡用户是互联网理财的主要人群,占比62%。月收入在10000元以上的人群占比不到两成。

信用卡用户用于互联网理财的金额集中在1万-10万元之间,人均投资额约4.57万元。而信用卡人群的信用意识和风险意识高于一般消费者,他们在“分散投资”这件事上执行

得更到位。调查发现,信用卡用户普遍会选择2-3家互联网理财平台进行投资,其中,持卡数在2-4张之间的用户更倾向于选择2家以上的平台进行分散投资。

信用卡用户与一般投资者一样,资金安全是考量互联网理财平台的首要因素,但用户对于资金的灵活性也有较高的要求。报告指出,有超过55%的人群倾向于选择投资期限在1个月及以下的互联网理财产品。此外,女性人群对于资金的灵活性要求略高于男性。

/ 现代快报