

茂名天保再生资源发展有限公司交出生态文明建设高分答卷

资源再生 共建绿色家园

■文/图 记者 邹慧 通讯员 赵宏博

本报讯 生态环境保护是功在当代、利在千秋的事业。茂名天保再生资源发展有限公司是市供销合作联社属下的全资企业，该公司创建于2010年9月，经营场所位于茂南区公馆镇传统工业区内，占地面积47160平方米，废弃电器电子产品年处理能力200万台和报废机动车回收拆解年处理能力15万辆是公司两大板块主营业务。创业13年来，秉承“绿色环保、资源再生”的经营宗旨，砥砺前行、弘扬“团结、奉献、诚信、创新”的企业精神，该公司通过了三大管理体系认证和电器电子产品尽责循环管理体系认证，并在2021年市级企业环境信用评价中，荣获全市唯一一家满分的企业，且获得绿牌附加7分。

信誉为本，打造企业长青密码

该公司恪守“以信誉为本，切实维护客户和供应商的利益”经营宗旨，培训员工诚诚恳恳做人做事，对待客户像迎接亲友一样诚心实意，怀着一颗至诚之心与供应商交往，把践行诚信转化为实实在在的举措。

该公司对回收的每台废旧产品进行条形码化管理，一车一码，一机一码，可追溯溯源，诚信严谨，对环保负责，对客户负责。与此同时，安装180多支摄像头覆盖全厂区，厂区内无死角的视频监控录像，同时上传到环保部门，实现实时监控，保存监控录像三年时间，随时调取回看。

与供应商和客户交往，该公司坚守“我利客无利，则客不存；我利大客利小，则客不久；客我利相当，则客可久存，我可

久利”的原则，不拖欠供应商货款、不向供应商转嫁风险、不接受供应商回扣、不接受供应商吃请等。

资源再生，为碳中和碳达峰做贡献

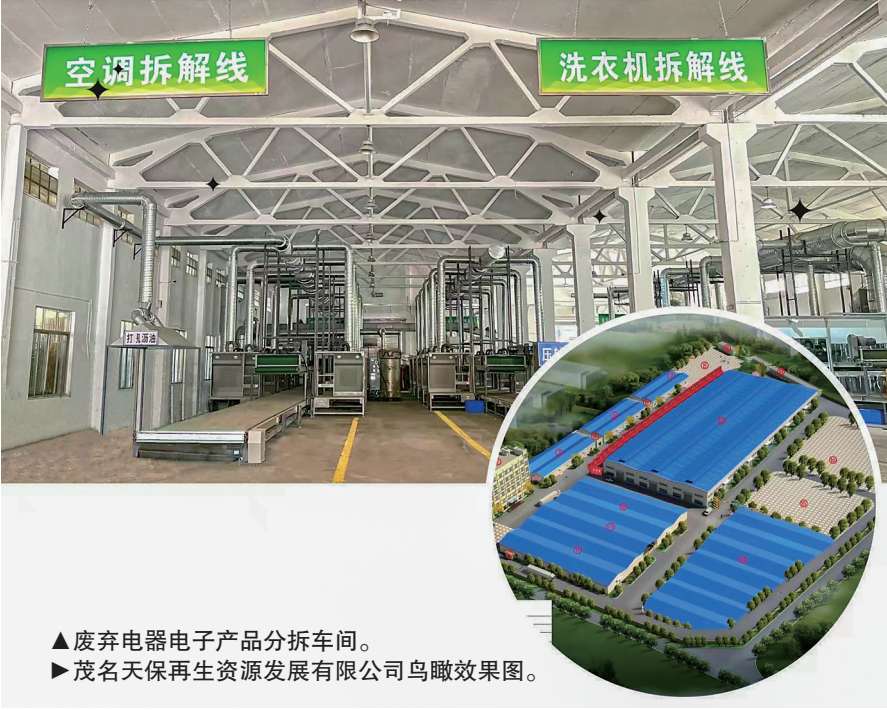
建设生态文明，关系人民福祉，关乎民族未来。习近平总书记指出，实现碳达峰、碳中和是一场广泛而深刻的经济社会系统性变革，要把碳达峰、碳中和纳入生态文明建设整个布局，拿出抓铁有痕的劲头，如期实现2030年前碳达峰、2060年前碳中和的目标，而再生资源行业就是为了降碳减碳做贡献的行业。

据统计，该公司回收拆解废旧家电累计152.87万台，重达5.52万吨；回收拆解报废机动车累计约1.96万辆，重达0.49万吨，拆解过程产生危险废物约0.35万吨，产生再生资源废铁累计约2.61万吨，有色金属累计0.42万吨，塑料累计1.21万吨，玻璃累计1.01万吨，其他累计0.41万吨，节约标煤累计约4.23万吨，减少碳排放累计11.25万吨。

严控排放，合理合规收集危险废物

“绿色发展”是我国长远发展的科学发展理念和发展方式，有效的回收和规范的处理报废机动车和废旧家电，是绿色发展的必由之路，该公司一直秉承，诚信经营，严控排放，严格按照相关管理规定，合理合规收集和贮存危险废物。

据统计，目前，该公司拆解报废机动车和拆解废旧家电产生的危险废物交给有资质的单位处置约0.35万吨，减少了报废机动车和电子垃圾造成的二次污染，有效地保护了自然环



▲废弃电器电子产品分拆车间。
►茂名天保再生资源发展有限公司鸟瞰效果图。

境，既减少了资源的浪费，更保护了生态环境。

履行社会责任，为低碳环保做贡献

长期使用超出报废年限的报废机动车和废旧家电存在一定安全隐患和环保隐患，非法拆解报废机动车和废旧家电，更会扰乱正常报废机动车和废旧家电拆解市场秩序，导致报废机动车和废旧家电或零部件重新回流进去社会，出现更大的安全隐患和环保隐患。

该公司作为环保最直接的利益相关

者，尽企业公民责任，践行低碳减排生产经营，强化自身治污自律，以自身的实际行动向社会、其他企业传递正能量，积极履行社会责任，自主举办“低碳·健康家生活”宣传活动，扩大宣传，呼吁广大市民群众，要进一步增强环保和安全意识，同时，呼吁广大家庭能够在家庭微环境里面做出低碳的生活方式，并引导群众将报废机动车和废旧家电交给有资质的单位进行回收拆解，杜绝因非法拆解带来的环境污染，由正规的企业按规定进行登记、拆解、销毁等处理，为我市建设生态文明贡献一份力量。

第三产业成为茂名吸纳就业人数最多产业

茂名全产业链推动“五棵树一条鱼一桌菜”产业高质量发展,不断推动农业“大”而更“强”,为就业市场提供更多就业岗位

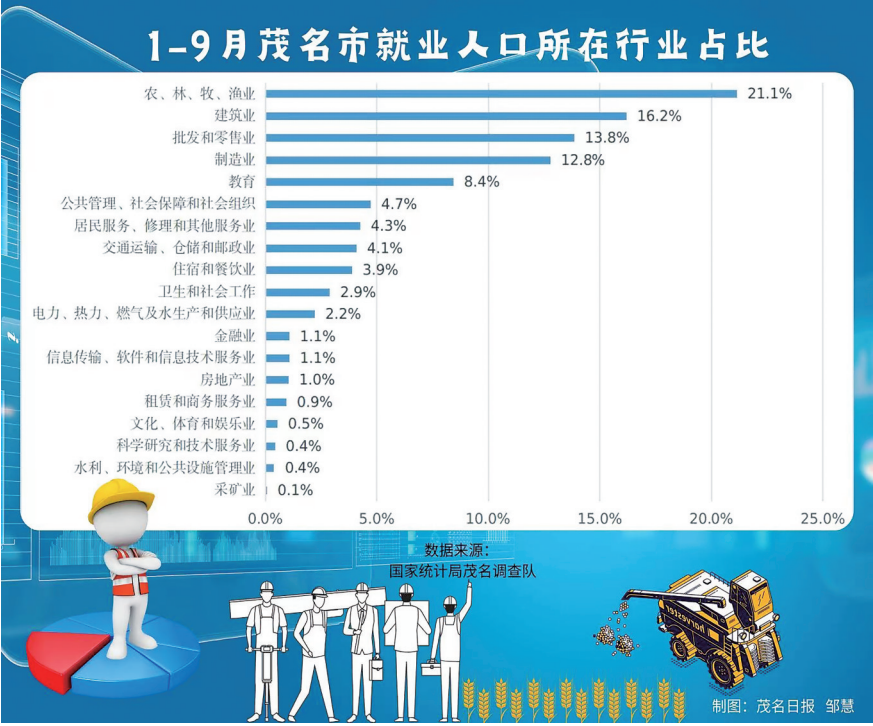
■记者 邹慧 通讯员 蔡茂灿

本报讯 今年以来，茂名市按照省委、省政府工作部署，持续实施稳经济政策，优化调整稳就业政策措施，就业大局整体保持稳定。据国家统计局茂名调查队2023年1—9月的月度劳动力抽样调查数据显示，前三季度茂名就业人口比逐月上升整体稳定。从行业门类来看，农、林、牧、渔业吸纳就业能力最强，就业人口占比21.1%。

就业人口比呈季节性波动。调查数据显示，2023年前三季度，茂名市就业人口比为52.0%，较去年同期下降0.7个百分点。分月看，自去年年底国家疫情防控政策优化调整后，今年1月份受新冠病毒感染人数增多、外出务工人员辞职返乡过年人数大幅增加等因素影响，就业人口比为49.1%，处于今年前三季度的最低位。2月份随着春节假期的结束，企业复工复产，茂名经济企稳回升，就业人口比逐月上升，4月份升至最高点56.1%。5—8月份广东省海域开启为期三个半月的伏季休渔，加上应届毕业生开始进入劳动力

市场等因素影响，就业人口比较4月份下降，这个三个月的就业人口比小幅波动。9月份，因秋播季结束、特色水果下市，从事农业生产、农产品初级加工等人口减少，加上9月初频繁受暴雨影响，部分户外工作暂停，影响灵活就业人口就业，就业人口比较8月份下降3.1个百分点。同比看，2022、2023年前三季度的就业人口比走势总体一致，就业形势整体稳定。

产业结构布局合理。从产业结构来看，调查数据显示，今年前三季度茂名市第一、二、三产业的就业人口所占比例分别为21.1%、31.3%、47.6%，第三产业为吸纳就业人数最多的产业。从行业门类来看，农、林、牧、渔业吸纳就业能力最强，占比21.1%，茂名作为广东农业大市，农业资源禀赋优异，近年来，紧紧围绕重点产业和优势品种，全产业链推动“五棵树一条鱼一桌菜”产业高质量发展，不断推动农业“大”而更“强”，为就业市场提供更多就业岗位。此外，建筑业、批发和零售业、制造业这三个行业门类吸纳的就业人数也比较多，分别占比16.2%、13.8%和12.8%。



平定镇计划三年扩种化橘红3万亩

■记者 梁雪玲 通讯员 陈杨官 董天忠

本报讯 今年以来，化州市平定镇聚焦社会民生热点，以“百县千镇万村高质量发展工程”为牵引，凝聚各方合力，持续推进特色产业、美丽圩镇建设和基层治理，促进乡村振兴、带动城乡融合。

以特色产业为牵引，推进产业融合发展。坚持“特色产业立镇”“特色产业强镇”发展理念，精准发力，推动化橘红产业做大做强：持续推进化橘红种植面积三年倍增行动，多层次组织开展招商引资工作，与新会陈皮人家等企业签订化橘红种植协议，实现化橘红种植面积倍增，目前，该镇化橘红已扩种600亩，争取明年赏花节前后扩种3000亩，年内扩种8000亩，三年内达到扩种3万亩；针对化橘红产业低产问题，引进社会资本集聚化发展模式，利用“人才驿站”、“产学研”基地，构建“产、学、研、培”四位一体的技术服务平台，助力乡村振兴孵化人才，把平定化橘红产业做大做强；加快推进产业园建设，打造化橘红展厅，专业化规范化化橘红原料收购、产品加工、信息发布及社会化服务等集散中心，保证化橘红的质量，擦亮平定化橘红品牌；深度挖掘化橘红文化，推动全镇优质资源串珠成链，打造全域旅游示范区，形成一、二、三产业融合发展的化橘红产业核心区，形成较强的对外吸引力和竞争力，不断激发镇域经济发展内生动力。

以改善民生为重心，补齐公共服务短板。围绕“化北生态经济区”建设，以美丽圩镇建设为抓手，加大资金投入，兴全镇之力打造“橘州墟”，擦亮城镇幸福底色：

致力打造乡村风貌示范带，完成主要街道黑底化、美丽河畔建设，升级改造化橘红文化主题公园，完善镇区功能，增添“橘州墟”商业元素、美丽颜值；全方位推进老旧小区改造提升工作，完善圩镇雨污管网改造，一改以往下雨排水不畅的现象，补齐老旧小区配套设施短板，不断完善区域服务功能，以点带面、重点突破，有效改善人居环境，增加人民群众的获得感、幸福感；实施垃圾中转站项目建设，撤销东门桥头的垃圾堆放点，为当地群众营造一个干净、整洁的生活环境，改变生活垃圾在堆放、装卸、转运过程中难免有臭气散发，影响附近居民的生活的情况。

以基层治理为抓手，夯实乡村振兴根基。紧盯社会治理基础性地位，坚持以党建为统领，以群众参与社会治理为重点，坚持“工作项目化、项目清单化、清单责任化、责任时效化”工作法，一项一项盯，一件一件抓，做到持续发力、精准发力，推动基层社会治理八项重点工作不断取得新成效；充分发挥村(社区)支部书记年度考核、党建引领“多网合一”优化社会治理责任制网格化的治理优势，促进村级基层治理精准化、精细化，对工作落后、履职不力的及时进行约谈，确保各项工作措施落实到位；深入开展打击电信网络诈骗、违法违规建设整治、殡葬改革、道路交通安全、毒品违法犯罪、未成年人保护等基层治理工作，营造安居乐业良好环境；通过召开座谈会邀请乡贤人士共商平定新发展等形式，广泛发动群众特别是外出乡贤理解支持、积极参与与基层治理八项重点工作，摒弃陈规陋习，推进移风易俗，改善社会风气。

同款线上比线下贵！你愿逛街还是快递送货上门？

“满减优惠”“打折促销”“会员折扣”……“双11”临近，消费者沉浸在各大电商“买买买”，以为捡到了大便宜沾沾自喜，不过到线下商超看一看，可能发现同款商品线下价格更便宜。

“线上更便宜”或许只是惯性思维

临近“双11”，近日，记者走访了多家线下商超。某商超在线上售卖的一款某品牌纯牛奶，线上售价43.9元一箱；但在该商超线下门店，同一时间同一款商品，售价39.9元一箱。

“好丽友好多鱼脆香烧烤味33g”线上售价4.9元，同样的商品该商超线下同一时间售价4.5元。

除了价格不一致，记者在调查中还注意到，商超还通过不同的包装来区分线上线下，例如某款爆米花在线下售卖260g原价13.9元现价为7.9元，线上根本不卖这一个包装，只有180g包装款，售价15.9元。显然线下性价比更高。

多家商超回应，多数执行“同款同价”

近日，盒马CEO侯毅发朋友圈称，盒马线上线下不同价。因为线上有很高的配送成本，线下成本低，线下的价格比线上低才是合理的，所以盒马所有的标品线下价都直降20%以上。

“打响线上线下不同价第一枪。”在盒马看来，“折扣化”不是卖便宜货，而是通过垂直供应链建设，把好

货卖便宜，最终还是要做到“线上线下都便宜”。

不过这仅限普通盒马店，在盒马X会员店，仍然是线上线下价格一致。盒马X会员店全国营运总监毋盛阳对中新财经记者表示，这是因为盒马X会员价格已经“足够低”。

不过记者注意到，大部分商超目前同款商品线上线下价格一致。七鲜和多点相关工作人员均对中新财经记者表示，线上线上同款商品价格一致，没有差价。

记者调查发现，除了盒马，线上线下不同价多出现在一些传统商超上面，尤其是线上显示“买多单价更优惠”的商品，线下同款比想象中更便宜。

消费者：注意到了，有一段时间了

类似的情况并非个例，且不仅仅存在于电商领域，在OTA、在外卖领域广泛存在。

例如，今年国庆期间，有报道显示，浙江丽水某民宿老板爆料，自己680元一晚的客房，在平台显示价格为2780元一晚。而这一情况民宿并不知情，在民宿渠道，价格仍为680元一晚。

有消费者对中新财经记者表示，线下购物时，你只要说，我在网上看到这一款才卖xx元，销售员立刻就，这个价格我也可以给你。还有消费者表示，“我早就注意到了，经常吃的一家外卖，线上要比线下贵三成左右。”（来源：中国新闻网）

5.5亿元！

广东下达专项资金支持大型产业集聚区建设

南方网讯 笔者从广东省财政厅获悉，近期，省财政厅下达2023年大型产业集聚区专项资金5.5亿元。专项资金采用以奖代补的方式，聚焦规上工业增加值、工业投资、新引进投资1亿元以上重大工业项目数、新增规模以上工业企业数等指标，按照激励先进的原则，对珠海、汕头、佛山、中山、江门、湛江、肇庆等7个大型产业集聚区建设发展情况开展年度评价，并根据评价结果予以差异化资金支持。

据悉，本次下达的资金由地市政府用于向园区开发运营公司注入资本金或者通过股权投资、政策性基金等方式统筹支持大型产业集聚区建设发展，以激励地市完善基础设施，加快产业项目引进和发展。

“省财政厅将督促地市按照要求，抓紧将资金安排至具体项目，加快资金拨付使用进度，充分发挥资金使用效益。”省财政厅负责人表示。

前9个月我国服务进出口总额增长7.7%

本报综合消息 商务部近日发布数据显示，今年前9个月，我国服务进出口总额48180.7亿元，同比增长7.7%，继续保持增长态势。

数据显示，1至9月，我国服务出口19720.6亿元，同比下降8.2%；服务进口28460.1亿元，同比增长22.4%。主要呈现以下特点：

知识密集型服务贸易占比提升。1至9月，知识密集型服务进出口20259.5亿元，同比增长8.6%，占服务进出口总额的比重达42%，较上年同期提升0.4个百分点。其中，知识密集型服务出口11512.9亿元，增长10.4%，知识密集型服务进口8746.6亿元，增长6.4%。

旅行服务持续恢复。1至9月，旅行服务进出口10540亿元，同比增长69%，继续保持增长最快的服务贸易领域。其中，出口增长51.9%，进口增长70.4%。

创历史同期最高纪录！前9月水利建设落实投资超万亿元

本报综合消息 今年1至9月，水利建设落实投资10750亿元，完成投资8601亿元，均创历史同期最高纪录。全国新开工各类水利项目2.49万个，同比增长12.9%；总投资规模1.15万亿元，同比增长8.9%。

水利项目开工数量实现较大增长。其中，重大水利工程开工35项，南水北调中线河北雄安干渠供水、环北部湾广西水资源配置、吉林水网骨干工程、北京市温潮减河治理等项目开工建设，国家、区域和省级水网工程体系加快构建。

水利建设吸纳就业作用更加凸显。1至9月，水利项目施工吸纳就业221.2万人，同比增长5.7%；发放工资411.3亿元，同比增长37.1%。

水利工程建设全面提速。南水北调中线引江补汉、淮河入海水道二期等工程加快实施，大藤峡水利枢纽工程主体工程全面完工，陕西引汉济渭、甘肃引洮供水二期、福建平潭及闽江口水资源配置工程实现通水。

房企最新“成绩单”有变化 四季度“冲刺促销”要来了？

本报综合消息 伴随着各上市房企接连披露第三季度业绩报告，前10个月的销售排行榜也随之出炉。备受关注的头部房企间，出现了一些排名的位移与发展的分化。

在三季度一轮轮高频次、大力度政策利好释放后，各地楼市已经历了需求逐渐入市、成交冲高回落的过程。持续筑底中，房企该如何在四季度的“抢收战”中抢占先机？

中指研究院发布的《2023年1—10月中国房地产企业销售业绩排行榜》显示，TOP100房企前10月销售总额为52977亿元，同比下降13.1%。

在市场上处于调整期的大背景下，房企间的排名也发生了不小的变化。在去年的1—10月销售榜中，销售额前五强分别是碧桂园、保利发展、万科、中海地产、华润置地；今年的同一个维度下，前五名变成了保利发展、万科、中海地产、华润置地、招商蛇口。

经过一年市场调整，保利发展与万科依然是闪亮的“双子星”。其中，保利发展以领先第二名565.5亿元的优势稳居行业榜首，这一差距可谓是一个中型房企的销售规模。

在2022年初的保利发展2022年度工作会议上，董事长刘平提出了“进三争一”的新目标。虽说到了今年4月的2022年度业绩说明会上，管理层均避免提及此事，只是集中在“继续不断做强做大自身”。但如今，保利发展这一目标显然已经达成。

此外，保利发展三季报披露，今年前三季度实现营业收入1925.06亿元，归属于上市公司股东的净利润132.93亿元，同比分别增长23.10%、1.33%。