禁燃禁放成“潮流” 电子烟花未俏销

江城或再迎一个“清静年”

融媒记者 鲍宇清

为适应禁燃禁放的新形势，如今许多商家都推出了电子鞭炮。电子鞭炮外形与传统鞭炮类似，也能发出鞭炮声，但不会产生任何污染，而且可重复使用。不过，这种电子鞭炮真的能替代传统鞭炮吗？近日，记者对此展开了调查。

在一家位于嘉鸿花园附近的烟花爆竹店内，记者发现，目光所及之处多为烟酒、饮料，而烟花爆竹则被放在了深处的一个角落。“现在人们过春节的习惯有了很大的改变，烟花爆竹的销量也就低了，来问电子鞭炮的更是少之又少，所以店里只出售一些小型的烟花爆竹，并没有进电子鞭炮。”店主告诉记者。

“我们以前进过电子鞭炮，但是后来卖不掉。”三里桥附近一家烟花爆竹店的负责人告诉记者，他们之前出售的电子鞭炮长约50厘米，售价在200元左右。由于售价较高，所以鲜有人问津，至今还有两串电子鞭炮存放在仓库内。

在这两家烟花爆竹店中，记者都看到了一款长筒形烟花。据了解，这是目前市场上销量较高的一款喷花筒，只需扭动下方，里面的彩纸和亮片就会“嘭”的一声飘洒到空中。这款喷花筒因为携带方便且危险性较小，受到了许多婚庆公司和市民的喜爱。

去年，陶小姐就为婚礼采购了许多喷花筒，“我对比过网络上电子鞭炮和喷花筒的价格，电子鞭炮在100至200元一串，喷花筒的价格多数在20元以内，因为需求量较大，所以我就买了大约30个喷花筒。”陶小姐告诉记者，喷花筒相对便宜，但与电子烟花相比，使用后会在地面上留下大量的彩纸、亮片等垃圾，还是不太环保。

“我自己没买过，但是在闺蜜婚礼上见过电子鞭炮。”市民王小姐的家位于盛泽禁燃禁放范围内，她说，电子鞭炮的“卖相”挺喜庆的，但是放出来的声音小，音质也粗糙，实际使用体验并不好，所以她自己不会去购买，主要以贴春联、贴福字的方式来迎新春。

据了解，今年是吴江区施行禁燃禁放条例的第4年，根据条例，吴江区烟花爆竹禁放工作领导小组办公室将采取分级管控方式，在元旦、除夕、初五和元宵节等时段进行一级管控，同时配备充足的交通志愿者和警力维护社会秩序。吴江区烟花爆竹禁放工作领导小组办公室工作人员苗彩文提醒，春节期间是做好禁燃禁放工作的重要时间节点，为了城市环境的美丽，请市民自觉遵守禁放规定。

专在一只“羊”上“薅羊毛”

“执着”小偷三窃超市被抓获

融媒记者 高琛

三天里，一小偷辗转吴江和苏州大市，专偷某品牌大型连锁超市的高档洋酒进行转卖。近日，滨湖新城派出所民警在掌握嫌疑男子体貌特征以及作案规律后，在该大型连锁超市吴江店守株待兔，成功抓获准备行窃的犯罪嫌疑人许某。在法律与事实面前，嫌疑人许某对自己盗窃6瓶高档洋酒的事实供认不讳。

今年33岁待业在家的许某有盗窃前科。一次偶然，许某发现某大型连锁超市不像其他超市一样，要求顾客封包寄存，于是便萌生了盗窃该超市商品的想法。2019年8月20日下午，许某随身携带了一只黑色书包，推着购物车进入超市“挑选目标”，当他走到酒类货架旁，发现洋酒价格均在1000元以上时，心动了。

为掩人耳目，许某先拿了一瓶标价1866元的红色洋酒，放进购物车用书包遮住，闲逛了一圈后又“加购”了标价1308元的蓝色洋酒，随后以同样的手法又“加购”了一瓶1866元的红色洋酒。之后，许某推着购物车至人员较少的电器区，在一监控死角偷偷将洋酒外包装全部拆除并扔在电器区货架下。一番操作后，许某并未离开，他又到其他区域，盗窃了蔬菜、零食等商品。为了不引起超市收银员注意，许某还专门购买了一瓶6元钱的饮料做掩护。

2019年8月23日下午，许某外出寻找销赃点。当他经过该大型连锁超市吴江店时，又不由自主地朝该大型超市走去。但这一次许某偷了两盒凤梨酥后便匆匆离开。到了苏州后，由于没有找到合适的销赃点，许某又临时起意“光顾”了该大型连锁超市苏州店。到店后，他以同样的手法盗窃了3瓶洋酒。最后，许某来到苏州某轨交站商场入口，以1800元的价格将6瓶洋酒卖给了回收烟酒的小贩。

目前，许某因涉嫌盗窃已被刑事拘留。

冬天穿上“妈妈的秋裤”

别让美丽“冻”着你

融媒记者 沈卓琪

前不久，长沙一名皮肤科医生给一个臀部长了冻疮的男孩开了一张有趣的药方——穿秋裤，这件事把不少爱美人士在大冬天的纠结又引了出来——穿不穿秋裤。

前段日子，吴江迎来了几次“急速降温”，江城的姑娘、小伙们，要温度还是要风度？记者走上街头调查发现，会及时穿秋裤的年轻人越来越多了。

今年13岁的尚晏如早早就穿上了秋裤，她告诉记者，在温度和风度之间，她更倾向于温度，“去年11月的时候，我妈就给我准备好了，我觉得穿秋裤挺好的。如果要漂亮，还可以在秋裤外面套袜子嘛。”

来吴江打拼了10多年的东北小伙孔令伟也是个忠实的“秋裤党”。吴江的冬天湿冷湿冷的，孔令伟每天又要骑电瓶车上下班，时间长了，膝盖受了凉就容易酸痛，这让穿秋裤保暖成为了他的习惯。

孔令伟说，穿秋裤的这个习惯其实有妈妈的一份“功劳”，“我们老家10月份天就冷了，每到那时候我妈就打电话催我穿秋裤，就怕我冻着。儿行千里母担忧嘛，老妈在老家，还很关心我，我很感动。”

家住垂虹小区的王女士则认为，温度和美丽也可以“鱼与熊掌兼得”，“网上不是有个产品叫‘光腿神器’嘛，那个又保暖又漂亮，就是有点紧。”

苏州永鼎医院皮肤科主治医师宗亚云表示，冻疮是局部血液循环不畅后引起的类似炎症的一种病。湿冷的天气更容易起冻疮。爱美的小姑娘、小伙嫌秋裤厚，显胖，不愿意穿，得冻疮的概率会高一点。而且冻疮“一年冻，年年冻”，前一年的冻疮，第二年很有可能在相同部位复发。

如何面对冻疮，宗亚云建议“冬病夏治”，在夏天用生姜片擦拭长过冻疮的部位。此外，一些姑娘可能认为穿得少点没关系，穿紧一点就可以保暖，其实穿过紧的衣服会导致局部血液循环不畅，反而更容易得冻疮。

我学习 我践行

社会主义核心价值观

富强 民主 文明 和谐
自由 平等 公正 法治
爱国 敬业 诚信 友善

震泽点爱志愿者为贫困单亲子女送温暖

让孩子过个快乐“暖冬”

本报讯（融媒记者李裕强）近日，震泽点爱志愿者团队开展“冬季送温暖”活动，走访慰问贫困单亲子女家庭，给孩子们送去冬季衣物、保暖用品。

据悉，震泽点爱志愿者团队经过事先实地走访，了解到在麻漾社区、砥定社区、长家湾村、大船港村的6个家庭符合本次送温暖的要求。随后，该志愿队采购了羽绒服、秋裤、冬鞋、大米等物品，麻漾社区提供了6套春秋装及年画对联等物品，震泽派出所准备了年历。物品准备妥当后，志愿者们挨家挨户上门看望了贫困单亲家庭孩子，为他们送上新衣、贴挂年画，并询问了他们的生活及学习情况。

震泽点爱志愿者团队成立于2013年。成立以来，志愿者们坚持每年夏季送清凉、冬季送温暖，志愿服务范围由最初给环卫工、交巡警、消防员送水送毛巾，扩展到了现在的服务孤寡老人及贫困单亲子女等群体，先后开展了“送水进万家”“志愿者义捐”“冬季全民运动会”等一系列活动，为震泽老百姓送上了温暖与关怀。

网格志愿者进社区送服务

为社会治理注入青春能量

本报讯（融媒记者张婷）近日，吴江开发区“青·网格”志愿者走进江陵街道江陵社区，开展新春送福暖冬行动，这也是2020年“青·网格”志愿者的首场活动。

活动中，志愿者们分成三个小组开展志愿服务，有的给小区居民送福字、春联，有的走访慰问社区独居老人、困难老人，陪他们聊天解闷，叮嘱他们注意身体。

据悉，经过前期的招募，截至目前，吴江开发区共有“青·网格”志愿者63人，他们被划分入同里、运西、运东北、运东南、城南五个片区，除每月参与网格特色活动外，“青·网格”志愿者还会在片区负责人组织下，不定期走访网格内特殊人群和重点人群，开展调解矛盾纠纷、协助案件处置、人口采集等工作，切实为吴江开发区网格治理注入青春能量。

吴江区市场监督管理局 吴江区融媒体中心 联合主办

吴风越韵·润就吴江精品

“品质”护航 领跑行业

吴变“短路承受能力”超越ABB、西门子

融媒记者 顾莹 徐飞悦

核心提示

近年来，我国电力需求增长迅速，电网高速建设和投资拉动了输变电设备的市场需求，国内变压器制造企业数量也在快速增长。然而，在同行数量递增的市场大环境下，吴江变压器有限公司却逆流而上，从2016年起，订单量一涨再涨，从后起之秀“弯道超车”，摇身变为全国输变电行业领跑者。

瑞士ABB、德国西门子等几大跨国集团公司，无疑是占据中国变压器市场份额最大的几家公司，而位于吴江太湖新城的吴江变压器有限公司（以下简称“吴变”）在产品品质把控上，完全有能力和这些“行业大腕”对决。

短路测试领跑全国

随着电压等级增加，技术壁垒增强，变压器市场的竞争可谓日愈激烈。“变压器好不好，主要由四大指标体现：一、损耗，损耗越小，变压器质量越好；二、温度场，温度越高，变压器寿命越低；三、绝缘等级，等级越高，耐热温度越高；四、短路，短路承受能力越好，代表着短路损耗能力和阻抗电压能力越强。”吴变质保部部长沈花林告诉记者，对于损耗、温度场、绝缘等测试，行业要求是每个企业的每台变压器都要做，属于合格变压器的基本要求，而对于短路测试，受限于技术和成本，很多企业至今无法攻克。

“关于短路承受能力的校核服务，全国目前只有两到三家机构有能力测评，但由于费用很高，根本不适合每台产品都去测试。”沈花林告诉记者，以一台售价200万元的变压器为例，如果想对该变压器进行短路承受能力的校核测试，单台变压器的校核费用就要200万元。

“因为企业内部无法进行大范围检测，所以一台变压器的好坏，一定意义上，由这台机器的短路承受能力决定，而吴变最突出的就是产品的短路承受能力。”沈花林自豪地说道，为严控变压器质量，国家电网有限公司（以下简称“国网公司”）从2018年开始，就将短路测试列入各类抽检测试。参加该测试的企业全国超1000家，其中，位列全国变压器行业第一方阵的企业就有二三十家，而在这样大范围抽检测试中，吴变2018年送去国网公司检验的185台变压器，其短路承受能力测试全部合格，而国网公司前来吴变抽检的变压器，也全部合格，各类检测结果排名全国第一。“吴变产品的短路承受能力甚至超越了瑞士ABB、德国西门子等全球知名品牌。”沈花林说。

由于吴变的短路测试领跑全国，2018年成了吴变的丰收年，企业年销售总额突破19亿元。吴变质量在市场竞争中获得了更大的认可。

高级人才引领科技创新

如何才能将产品质量把控得如此好？董事长沈向东有着自己的理解：“好的质量首先肯定是设计出来的。通过高级人才的顶尖设计才能提高品质，提高产品的市场竞争力。”沈向东认为，科技是第一生产力，吴变能在近几年“弯道超车”，除了坚持用好的材料，与重视科技人才的投入和培养密不可分。

从2009年开始，沈向东就致力于为公司引进行业高精尖人才。国内资深的变压器专家、中国工程院院士朱英浩来了，沈阳变压器厂原总工艺师魏春华来了，国内“电抗器第一人”、“国家科技进步一等奖获得者”禹云长也来了……目前公司已经组建了一支80多人的研究团队，由国内行业权威专家带头负责各大类产品的开发，为吴变“品质”探路。

近年来，吴变研发出一系列国内国际领先的产品，并迅速占领市场，赢得客户的好评。2017年，吴变获评苏州市市长质量奖。2018年，吴变获国家科学技术进步奖，公司研发的变压器产品创造了国内220kV、500kV电压等级通过突发短路试验的第一台最大容量；公司特高压变压器的研发、生产、工艺达到国内最高水平；公司研发中心年初被国家发改委认定为国家级企业技术中心。

2019年，吴变五款新产品通过专家鉴定，其中三款处于国际领先水平，两款处于国际先进水平。接下来，这些产品投放市场后，将会给吴变创造更好的发展条件，使吴变能够真正走出中国，走向世界。

“‘一流企业做标尺，二流企业做品牌，三流企业做产品’。在标准的制定方面，我们也在争做‘领头羊’。”沈向东告诉记者，与变压器行业相关的GB/T1094系列的18个国标制定，大部分吴变都有参与，2019年，吴变更是作为主要起草单位，参与了“小型化箱变”国标的起草。目前，该产品已经试制完成，接下来将迎来测试阶段。

可以说，吴变用品质征服了行业，又用一大批优秀人才撑起了“国际领先”。

规章制度激发员工动力

“在引进高精尖人才的同时，我们也很重视每一个普通员工的成长。”沈向东认为，规范工作流程能有效把控产品合格率，同时，产品品质与员工物质激励必须挂钩，这样才能更好地激发员工的工作积极性。

在规范工作流程方面，吴变制定了一套标准化操作流程。只要员工按照公司制定的流程来操作，即使是没有工作经验的新员工，制作出来的产品也是有质量保证的。

在优待政策方面，吴变毫不手软，员工子女考取“985”大学，奖励5万元；考取“211”大学，奖励2万元。

在调动员工积极性方面，吴变也有一套完善的激励机制。吴变会不定期开展内部PK赛，比质量、比效率、比毅力……通过一次次的PK赛，对获得质量优胜、效率优胜的员工进行奖励的同时，还会在员工的评级上给予破格提升，在这样的大环境下，公司内部比学赶超的氛围已蔚然成风，产品合格率得到了进一步提升。

此外，吴变还设立了吴江区变压器智能生产制造技能大师工作室（以下简称“大师工作室”），该工作室成员全部为公司内部一线技师，致力于解决员工日常工作中遇到的一些“实操问题”。

“大师工作室自2016年设立以来，已经解决了不少问题。2018年之前，车间里大型变压器上的绕线工作都需要两人合作完成，2018年，我们大师工作室一名叫周荣忠的技工，他带领几位技师一起设计改造了一套专用工装，通过这套工装，原本需要两人合作才能完成的绕线工作，现在可以由一人独立完成，绕线车间技工们的工作效率提升了1.5到1.6倍。”大师工作室负责人马国勤告诉记者，大师工作室的成员每月会碰头一次，每次例会大家会把一个月间工作中遇到的问题提出来，然后大家一起分析解决。除了设计出独特的工装外，大师工作室已合力解决了不少车间里的“麻烦事”，如变压器铁芯生产过程中硅钢片的毛刺和不正常弯曲度等问题，都得到了有效改善。

从顶层设计到底层构架，处处透露出了吴变争做行业领跑者的决心。正如沈向东所言：“‘勇当先遣队、勇做领头羊，快上新台阶’，吴变这几年也是一直朝着这样的目标在前进。”