

中国南极冰盖之巅深冰芯房探秘

连日来,中国第35次南极科考队昆仑队队员维护昆仑站深冰芯场地和钻机。记者跟随他们,深入了解了南极冰盖之巅的深冰芯钻探过程。

中国南极昆仑站所在的冰穹A地区,海拔4000多米、冰层厚度3000多米,是国际公认的南极冰盖理想的深冰芯钻取地点。深冰芯则如同大自然的“年轮”和历史档案馆,展现出百万年来地球气候环境的演变状况。

昆仑站于2009年1月建成后,科考队员在挖出来的一个40米长、5米宽、3米深的雪坑里搭建起一间深冰芯房,随后相继钻出了深冰芯钻探导

向孔并安放套管,安装了深冰芯钻机系统。2013年1月21日,中国深冰芯第一钻在昆仑站深冰芯房正式开钻。随后,各次科考队继续向深处钻进,将钻探深度推进至800米。

从昆仑站主体建筑朝东南方向走两三百米,便到了位于雪面以下3米深的深冰芯房。由于第34次南极科考队没来昆仑站,经过两年的风雪堆积,深冰芯房的各个出入口已完全被积雪掩埋。

利用机械铲除和人工挖掘方式,昆仑队队员康世昌、范晓鹏和鲁思宇经过一天奋战,清理了深冰芯房周围

和一个人口的积雪,并在机械师协助下,架设了深冰芯房电源线路并通电。

走进深冰芯房,冰芯钻取系统、绞车系统、控制系统、支撑系统,一一呈现于眼前。

深冰芯钻探前,需要维护钻机系统,检修可能出现的故障。范晓鹏说,这些工作包括组装钻机组件,连接控制系统与钻机及电缆绞车,调试信号检测功能与控制系统功能。同时,检测钻井液液位高度,向钻孔内加注适量钻井液,以维护钻孔稳定并满足后续钻探的需要。

深冰芯房内的气温接近零下40摄氏度,有时需要到深10米的钻探槽内检修钻机,那里的温度更是达到零下50多摄氏度。除了酷寒,深冰芯房里还有钻孔液的刺鼻气味。作业时,队员常常戴上防毒面具。“昆仑站的大气含氧量低,本来就缺氧,现在又要戴上面具,呼吸更困难了。”现场工作戴着防护面罩的鲁思宇说。

12日11时,维护后的今年第一钻正式启动。随着钻塔架缓缓竖起,范晓鹏熟练地操作着控制器,将钻机缓缓送入钻探导向孔。12时30分,钻机

下放深度已经到达800米,即第33次科考队钻进的最最终深度。范晓鹏继续使钻具向下钻进2.8米后,果断提钻,一支2.8米长的冰芯展现在大家面前。

至此,本次科考的深冰芯场地和钻机维护成功结束。值得期待的是,未来深冰芯钻探将继续向3200米冰下钻进,百万年时间尺度的地球气候和环境变化信息,终将得到揭示。“昆仑站深冰芯揭示的百万年来气候和环境变化,将是我国南极研究的一大亮点,将为国际科学界做出重大贡献。”康世昌说。

美国中西部遇暴风雪 至少5人死亡



寒流和降雪持续袭击北半球,人们的正常生活受到影响,1月12日,在美国圣路易斯,一名男子清理汽车上的积雪。

一场暴风雪连日侵袭美国中西部多个州,迫使多条州际公路部分路段一度封闭、数十次航班延误或取消。截至12日,至少5人因暴风雪引发的事故死亡。

暴风雪11日从落基山脉侵入堪萨斯州和内布拉斯加州,继而东移至密苏里州、艾奥瓦州、伊利诺伊州和印第安纳州。

密苏里州遭受的暴风雪最强。美国国家气象局通报,密苏里州圣路易斯市和杰斐逊市附近一些地区12日早晨积雪深度超过30厘米,哥伦比亚市积雪深度超过45厘米。

圣路易斯市附近的44号州际公路部分路段12日封闭数小时,密苏里州公路巡警一度警告,交通拥堵可能持续8小时;由于一辆半拖车翻车,65

号州际公路位于印第安纳州的部分路段12日关闭数小时。

暴风雪致使路面湿滑。截至12日,至少5人在恶劣天气引发的交通事故中死亡。

堪萨斯州公路巡警发言人托德·希尔曼12日在社交网站“推特”写道:“现在说堪萨斯州每条路都糟糕一点不为过!”

密苏里州公路巡警科林·施托斯贝格说:“我们预期将有更多降雪,希望大家在道路通畅前留在家中……如果确实需要驾车上路,务必将手机充满电、系好安全带、减速行驶。”

美联社报道,密苏里州警方12日下午接到3000多个求助电话,包括700多个交通事故电话和大约1300

个报告车辆受困的电话。

圣路易斯市兰伯特国际机场数十次航班延误或取消;哥伦比亚市及周边地区大约1.2万户家庭和商户一度停电。

美国全国橄榄球联盟的首长队定于12日下午在密苏里州堪萨斯城主场迎战印第安纳波利斯小马队。然而,体育赛前遭大雪覆盖,积雪深度大约20厘米。

为了使比赛如期举行,工作人员除雪作业数小时,最终清除比赛场地和看台的积雪。

气象部门预报,暴风雪即将继续东移,首都华盛顿预期降雪7厘米至17厘米,64号州际公路以北的山区,例如弗吉尼亚州夏洛茨维尔市和斯汤顿市,可能遭遇更强暴风雪。

韩美驻军费谈不拢 或升级为首脑会谈

韩国与美国2018年就驻韩美军费用分摊事宜举行过10轮谈判,迟迟未能达成协议,一些知情人士甚至认为双方磋商“倒退回原点”。

韩国政府消息人士本周披露,可能由双方高层接手商榷此事,不排除由两国总统“直接谈”。

韩国政府一名不愿公开姓名的官员本周告诉韩联社记者,鉴于驻韩美军费用分摊谈判“在某个级别进展不畅”,下一步谈判规格势必升级,即韩美双方会出动高层人物继续谈判。

当记者问及韩国总统文在寅和美国总统唐纳德·特朗普是否会介入,就驻军费分摊事宜讨价还价,这名官员答道:“一切皆有可能。”

韩联社报道,韩国外交部长官康京和、美国国务卿迈克·蓬佩奥加入谈判的可能性较高。

韩美自1991年起先后签署9份驻韩美军费用分摊协定,第9份协定2018年12月31日到期。为签订第10份驻韩美军费用分摊协定,韩美2018年3月以来举行过10轮谈判,但一直没谈拢。美方施压韩方大幅增加分摊比例,韩方则拒绝过重负担。

美国自1953年以来一直在韩国派遣军队,现有驻军规模大约2.85万人。韩联社报道,韩方2018年分摊的驻军费大约9602亿韩元(约合58亿元人民币)。

美国《华盛顿邮报》上月援引知

情人士的话报道,特朗普认为应该让韩国的分摊费用“翻一番”,相当于今后5年内平均每年分摊16亿美元(108亿元人民币)。

在上月举行的第10轮谈判中,韩美谈判人员将分摊金额的分歧缩小到大约1000亿韩元(6亿元人民币),但美国高层随后表示强烈反对,要求大幅提升韩方分摊比例。一名韩国官员描述,这相当于磋商“又回到原点”。

韩美迄今没有宣布何时开始第11轮谈判,显示双方都需要时间重新制订策略。

不少官员担心,由于韩美没能及时谈妥驻军费事宜,驻韩美军雇用的韩籍员工恐怕会被欠薪。

价格涨了分量还少了 都是“流量收割”惹的祸? ——部分外卖平台涨价动因调查

常吃外卖的你,有没有发现最近外卖涨价了,分量还不易察觉地少了“一丢丢”?记者调查发现,近期部分外卖平台上调了商户的服务费率,涨幅从1到3个百分点不等,由此引发部分商户对终端产品的提价,消费者也不可避免要为此“买单”。专家指出,平台出于成本压力提高服务费率本无可厚非,但从长远看,应跳出“流量收割”思维,通过技术手段提高运营效率降低成本,进而实现平台、商家、消费者的多赢。

最近,上海市闵行区一家快餐店负责人马先生收到某外卖平台的新“合作方案”,每单费率从之前的18%上调至21%。这意味着,每卖出一单金额为100元的外卖,需向平台多支付3元。

马先生告诉记者,快餐店的毛利率在30%左右,在房租、人力成本不断上涨的情况下,外卖平台此举进一步加大了店铺的经营压力。“外卖订单占到总销量的一半左右,虽然不愿意,但也只能接受。”马先生说。

这家平台的做法并非个案。经营面包店的何坤表示,去年11月份,某外卖平台服务费率从此前的16%上调到17%,且30元以下的订单,每单服务费按5元收取。

记者调查了解到,外卖平台服务费率按店铺类型、客单价、订单数量、区域位置等参数设定。一般来讲,规模越小、客单价越低的商户,议价能力越弱。上海一家小吃店的店主徐先生指着刚刚被取走的外卖包裹说:“这单一块七角五,平台扣两块三。”折算下来,服务费率在30%多。

对于费率上调,某外卖平台表示,商家可以根据自身所处阶段的不同需求,自由增减服务项目,并依据服务内容与平台签订合作协议,不同的服务类型对应不同的费率。例如,商户采用平台的配送服务,和商户采取自行配送的方式,合作费率会有很大差异。

尽管外卖平台在提高服务费率的同时,往往搭配更为优惠的配送方案,或给消费者发放更多该店铺的红包,但商户们仍普遍表示了担忧。“随着对外卖平台的依赖越来越大,以后费率会不会继续涨?”马先生说,从最初的“零费率”到5%、10%,再到如今的两成左右,中小商户在与外卖平台的博弈中处于相对弱势地位。

费率上调,成本增加,外卖平台上的商户也通过多种方式“消化”成本。

方法一:向消费者转嫁,价格贵了。上海市民王建说,以前点一份牛肉炒饭的花费在30元左右,最近每单花费达到35元。“商户将部分增加的成本转嫁给了消费者。”他说。

北京的消费者黄洁琳从2017

年开始使用在线外卖服务。“现在点外卖,不仅优惠券、满减券少了,相应的配送包装费也增加了。如配送费一般5元起,远一点的要加2元。原来没有包装费,现在包装费一般要1至2元,贵一点的要4至5元。”

其实,同样一份餐食,外卖平台价格高于店内价格是常有的事。记者在上海市徐汇区一家商场调查发现,一份麦当劳劳板烧鸡奶茶套餐,在店内购买价格为37元,在外卖平台购买则需40.5元,尽管有满减优惠,但也需另付9元配送费。

方法二:餐食质量“打折”,分量少了。除线上、线下不同价外,一些商户也通过“特殊”手段消化成本。曾在广州一家熟食店打工的傅萍说,由于平台抽成的存在,相比于到店购买,外卖食品的分量通常会“打点折”。

方法三:“绕开平台”自己干。随着服务费率的上漲,一些外卖平台上的商家重新给顾客发放联系卡,绕开外卖平台自行配送。此外,部分连锁餐饮品牌如肯德基,也开发了在线订餐和配送系统,减轻对外卖平台的依赖。

根据相关市场机构的统计,2018年上半年,美团、饿了么在外卖市场的交易额占比分别为59%和36%。饿了么和口碑在去年10月份合并后,外卖市场“双寡头”格局进一步强化。

从公开的财务数据看,对入驻商家的抽成是外卖平台的主要收入来源。电子商务研究中心分析师陈礼腾表示,随着人力成本的攀升、物价水平的提高,外卖等生活服务行业的运营成本也呈现上升态势,过往的平台抽佣比例很难适用于今天的市场环境。同时,在消费升级趋势下,为了给用户提供更好服务,生活服务平台在技术、配送等环节不断加大投入,导致成本增大,而这也是各个平台纷纷提高佣金的原因。

“新的竞争者不断涌入,外卖市场并未形成垄断。”中国政法大学传播法研究中心副主任朱巍认为,外卖市场竞争相对充分,平台可以制定、提高服务费率,但不能滥用市场优势地位无限制提高费率,或者向平台内经营者收取不合理费用。“要防止‘店大欺客’的现象发生。”

业内专家表示,应通过数字化升级对商家“授之以渔”,而不是“涸泽而渔”。搞成本转嫁,收“流量税”,只会阻断行业和商家数字化升级的最好机遇。此外,除价格因素外,消费者更关注食品安全、品质、健康等因素,外卖平台也可以通过技术手段,不断提升配送效率、降低交易成本、提高服务品质,实现多方共赢。

本版稿件均据新华社