

扔“灭火弹”压火势 “脉冲水枪”打头火 “细雾灭火器”收尾 “灭火神器”上阵 1小时灭掉山脚大火

lv 灭火演习现场，灭火新技术登场。
先扔一轮“干粉灭火弹”，再来一轮“风力灭火机”，“高压脉冲水枪”专打头火，最后“电动灭火水枪”和“高压细雾灭火器”清理火场。

山脚下浓烟滚滚，热浪冲天，一场大火熊熊燃烧，正向着树林方向逼近……

危急时刻，采用新技术的“灭火神器”隆重登场，先像扔手榴弹一样，扔一轮“干粉灭火弹”压制火势，再来一轮“风力灭火机”降低火焰温度，“高压脉冲水枪”专打头火，最后“电动灭火水枪”和“高压细雾灭火器”清理火场，一小时灭火“战斗”结束。

9月23日，辽宁省林草局与本溪市政府联合举行火灾预防和早期处置演练，8支专业森林消防队200多名消防队员训练有素，在一个多小时的时间里演绎了“演练有我，灭火必胜”的坚强决心和实操能力。

当天，本溪市明山区在演练现场分别设置了主火场和分火场。主火场就在森林旁的一处空地上，烟随风起，火势正旺，熊熊燃烧。

尖锐的警笛声响起，运兵车、消防水罐车在接到火情报告后迅速到达火场火点。伴随着解说员“火势较大，人员难以靠近”的解说，第一队消防员迅速跳下车，奔向火点，投掷出一颗颗干粉灭火弹。这种灭火弹是手投式设计，只需像扔手榴弹一样扔出去，不用接近大火，就能利用



火灾预防演练现场。

省林草局供图

爆炸后喷出的阻燃干粉来广泛压制火势，能有效减少扑救人员伤亡。

紧接着，第二队消防员带着背负式风力灭火机上阵了，这是最强劲、最主要的扑火工具，通过二冲程汽油机带动风轮产生高速气流进而吹灭火苗及杂物，常用于森林灭火，火力全开能迅速降低火焰温度；第三队消防员手持先进的灭火工具——高压脉冲水枪专门打头火，这种水枪利用脉冲气流和水枪喷射能迅速使燃烧物体降温至着火点以下，隔绝空气，灭火效果良好。

第四队、第五队消防员发挥电动灭火水枪喷水距离远和高压细雾灭火器喷射形状多样的优势，迅速清理火场，防止死灰复燃。

最后，水车和高压水泵同时入场，消防队员

快速铺设水带，用最便捷最有效的以水灭火的方法将余火扑灭。

与此同时，在分火场100多米高的半山腰上，火势正起，浓烟滚滚。大连一公司展示高扬程水泵进行以水灭火。这种水泵不用二次加压，本身扬程的垂直高度可达1000米。

据省林草局介绍，三天来消防队员完成了战地宿营、预警监测、火灾扑救等六个部分实战演练，达到了检验预案、磨合机制、锻炼队伍和提升能力的目的。10月1日起，全省进入秋冬季森林草原防火期，省林草局要求各地要狠抓责任落实，强化火源管控，加强宣传教育，夯实基础建设，坚决防范重特大森林草原火灾发生。

辽沈晚报记者 闫柳

神舟十二号返回舱 开舱仪式在京举行

神舟十二号载人飞船返回舱开舱仪式27日在京举行。载人航天工程部分参研单位、物品搭载单位代表，共同见证搭载物品出舱。

27日下午，随着开舱指令下达，工作人员打开返回舱门，陆续取出搭载物品。中国载人航天工程办公室主任郝淳、中国载人航天工程副总设计师杨利伟等在开舱现场进行了搭载物品的移交。

郝淳介绍说，自神舟一号飞行任务开始，在历次任务中都搭载了具有科研价值或社会效益的公益项目，在服务带动科学研究、农业发展、产业升级等方面发挥了积极作用。

据新华社

“垃圾分类小常识”走进幼儿园

9月15日上午，沈阳市皇姑区分类办社区志愿者来到辖区文兴堂幼儿园，开展“争做垃圾分类小小实践家”主题宣传活动。

志愿者们用家庭和幼儿园里常见的实物，与小朋友做起了垃圾分类小游戏。小朋友学到了垃圾分类的知识。

志愿者表示，虽然小朋友只是学会了垃圾分类的一点小常识，但相信这次活动能在小朋友们心中埋下“垃圾要分类扔进垃圾箱”的种子，从小养成垃圾分类投放的好习惯，争做一名“垃圾分类小小实践家”。

辽沈晚报记者 李毅

“凤城夫妻”的小康路 乡村振兴的“辽宁样本”

从家庭年收入五万元到企业年销售额突破1500万，蔡峰和陈永鑫夫妻二人用七年时间，创造出了互联网家电专卖商在辽宁发展的速度样本。

这不仅得益于电商平台支持和“以实业带动实业”的切实帮扶，更是因为赶上了振兴乡村的大好契机，才得以让企业焕发出实干创新、飞速发展的“榜样力量”。



京东家电配送车行驶在盘山路上。

实干奔富从零突破 白手起家资产暴增数十倍

“最初创业时，媳妇在家负责接单，我去送货。一间小屋、一台电脑、一辆车，两人就能忙过来”，那是2014年。而此前，蔡峰和妻子都在外地某家电连锁商场工作，一个是送货员，一个做营业员。

背井离乡的打工之路并不顺利，夫妇二人决定回乡创业。“开始时并不赚钱，能够养活一家老小就知足”。妻子陈永鑫回忆说，好在赶上了凤城首个高端楼盘的开发。原来当地最高的楼也就六层，而新楼盘全是二、三十层的电梯房，伴随乡镇经济发展的大潮，加之店面紧挨建材市场，京东家电专卖的品牌才得以在二人努

力下不断壮大。

时间流转至2021年4月，近千平方米的专卖店在当地最热闹的商场升级开张，一时间吸引了众多中高端消费者前往，当月实现销额120万，次月飙升至180万。由此，这家互联网家电企业成为当地仅有的三家大型实体家电卖场之一，目前已占据近半的市场份额。

业绩飞速突破，公司人员也迅速增加，更同时拥有一个十余名配送人员及多辆大型配送车的物流团队，完全可实现从乡镇覆盖至偏远农村的家电购买“次日达”，运输安装一体化。

打破行业潜规则 “鲶鱼效应”让消费者得到双重实惠

实际上，互联网家电在乡镇的进驻和兴起，还给所在地的行业市场造成巨大刺激，这种“鲶鱼效应”不仅拉低当地家电的整体零售价格，也在主动提升送货、售后、延保等相关服务质量。

据了解，以前乡镇消费者在购买家电时价格并不十分透明，行业营销渠道也相对传统闭塞，“讲不下来价，送货也是两三天、甚至一周才能到”。

而陈永鑫表示，因为互联网家电运营是与线上结合，可以全网、全国比价，实惠透明，加之按总部要求必须运送、安装一体化，实现“次日达”。所以，当地的原有经销商开始时没把其视为对手，但短短半年后就刮目相看了。“现在整个凤城的家电零售价格比以前降了一个档，消费者对互联网的家电专卖品牌也十分认可”。

说到提升物流服务，蔡峰更有发言权。给乡镇、农村送货，本就山路崎岖、颠簸多弯，可他最爱的却是“坐船送货”，先陆路、转水路再



蔡峰乘船把冰箱送到对岸的村子。

陆路，几百斤的家电被搬上搬下。但即使这样，也必须保证村民在购买的第二天就能收到货，而一路甘苦相伴的蔡峰却觉得“碧水蓝天，心情特别好”。

不仅如此，赶上给村里的老年人送洗衣机，还得经常帮着“洗衣服”。从插电、按钮、接水，到放洗衣粉、清洗甩干，“给大爷大妈全程演示教会了，临走再把手机号留下，方便今后维修保养。”

新型实体企业加持 国潮家电重受小镇追捧

跟着互联网品牌做家电专卖让蔡、陈夫妇实现了个人创业造富，而全国上万名京东家电合作商们，同时也在利用自身平台为“国潮家电”的复兴发展贡献绵薄之力。据悉，此前乡村消费者大多青睐日韩品牌，在基层服务的不断宣传引导下，通过与家电生产企业共同努力，目前乡镇消费者多以选购国产品牌家电为主，家电消费观明显升级。

另有数据显示，目前京东各项实体业务领域均取得充分发展，有超过900万款自营商品和数以万计的线下门店，“当日达”和“次日达”服务已覆盖全国55万个行政村。京东家电专卖也已实现全覆盖，直接将“万人县城”的网购速度从一个月提升到两到三天。

业界资深人士对此分析，与蔡、陈夫妇的创业路径相似，京东集团目前已发展成为一家



陈永鑫热情地向顾客推荐家电。

“以实体为本、数字为翼的新型企业”。并通过实体企业基因属性、兼具数字技术和能力的双重优势，在国家政策推动下，帮扶更多企业和个人创业兴邦，服务于乡村振兴，同时进一步推动高质量就业，创造更大社会价值。

辽沈晚报记者 郑红