

“油荒”追踪



10月28日,重庆盘溪中石油加油站,等待加油的车辆占据了道路两边的车道。

如何跳出“油荒”怪圈?

记者采访了解到,为缓解目前出现的“油荒”,中石油和中石化正积极筹措柴油资源,以稳定供应秩序。中石油10月份已陆续向四川、内蒙古、新疆等资源紧张地区调入成品油146万吨,近日最新一批4万吨进口柴油已投放市场。中石化加油站10月份日均零售量达到创历史新高的28.4万吨,且目前公司炼油能力已全部开满。

尽管目前中石油和中石化采取了一些弥补措施,但接受采访的消费者却纷纷提出质疑:为什么要等到民营加油站断供、限购时,两大巨头才“出手”相助,事前为何没有预防?没油可加对消费者造成的损失,由谁来承担责任?

中国能源网首席信息官韩晓平表示,近年来频频爆发“油荒”,无不与成品油调价相关。在政府定价下,调价屡屡和国际市场环境背离,加之调价依据不透明、消费者缺乏知情权等,说明我国目前的成品油定价机制尚不完善,相关改革迫在眉睫。

韩晓平建议,目前成品油市场的定价方式只是权宜之计,需要逐渐过渡到以市场定价为主、政府指导性定价为辅。同时,应加强宏观调控,完善成品油应急储备体系,充分保障市场供应。

“纵观这几年的‘油荒’,最先都是由民营加油站断供、限购开始的,这也暴露出民营加油站生存环境的脆弱。”赵友山表示,从成品油产业链的生产、批发和流通环节来看,尽管民营加油站占据销售终端的半壁江山,但由于不掌握油源,难以形成完整的产业链条,从一开始就处于劣势地位。

有关专家呼吁,为促使民营加油站跳出“油荒”怪圈,应开放原油进口权限,同时打破垄断企业对上游资源的垄断,力促市场竞争主体多元化。舍此,别无坦途。(据新华社电)

近期,我国安徽、江苏、湖北、山东等地柴油供应紧张形势凸显,在供求失衡、“批零倒挂”等因素交织下,众多民营加油站陷入断供、限购等尴尬境地,引起社会关注。

此次“油荒”是常态还是反常?民营加油站闹“油荒”的根源何在?如何跳出“油荒”怪圈?为此,记者深入各地追踪采访。

油价下调柴油就“荒”?

“怎么一降价就没有柴油了呢?”……近一个月来,在一些民营加油站里,消费者怨声四起。

记者近日在安徽部分民营加油站采访发现,想要加到柴油确实比较难。“跑了四五个加油站,才加了100块钱柴油。”合肥市长江西路一加油站旁的货车司机程诚说,要是再加不到足够的油,运输的生意恐怕要“歇菜”。

自10月9日国内成品油零售价格下调后,江苏、湖北、内蒙古等地部分加油站便停止供应柴油或者限制供应量。尽管山东市场有地炼油源作为补充,但受“批零倒挂”因素影响,省内多家加油站即将面临“断炊”窘境。

“往年曾出现过‘油荒’,但今年形势最严峻,特别是民营加油站,已成为消费者口诛笔伐的‘油荒’制造者。”中国商业联合会石油流通委员会会长赵友山

说,在全国9.6万家加油站中,民营加油站约4.4万家,目前有上万家民营加油站出现柴油断供现象。

虽然此次“油荒”波及范围广,但也有不少地方尚未受到困扰。记者走访广州数家民营加油站后发现,该地区没有发生“无油可加”现象。“今年我们柴油供应一直比较平稳。”位于广园东路的金贵加油站站长罗帝康说。

此次“油荒”除呈现区域性特征外,国营、民营凸显出“冰火两重天”迹象。在柴油供应形势严峻的省份,民营加油站纷纷出现断供、限购现象,但国营加油站却随到随加。“柴油供应正常,未出现断油。”这是记者走访合肥多个国营加油站中听到最多的一句话。

赵友山表示,目前“油荒”算不上全国性的供油紧张,但主要在民营加油站出现,耐人寻味。

“断供、限购”背后谁是推手?

部分民营加油站为何出现没油可加现象?

最近有关人士表示,主营炼厂连续检修、北方地区因降温换油、秋季农业用油增加等因素,共同催生了“油荒”现象。

但记者在采访中发现,上述因素确实对柴油供应造成影响,却并非民营加油站遭遇“油荒”的主因。此次国内成品油零售价格下调之后,批发市场供应价格依然维持高位,安徽、上海等地柴油价格出现“批零同价”甚至“批零倒挂”现象,民营加油站售油的意愿严重受挫。

“柴油卖得越多,亏得就越多。”民营石油公司中太石化有限公司供应部部长冯念江说,“批零倒挂”使得大多数民营加油站销售柴油是亏损的。他算了一本账:目前每卖一升柴油,加油站要亏损2角钱;卖一吨柴油,加油站要亏损200元钱。

成本高而利润低,促使很多民营加油站不得不关掉零号柴油加油机。“没办法,我们进一吨柴油,至少比国营加油站高几十块,现在零售价还降低了,这油哪敢卖啊!”安徽芜湖市九华南路的一家民营加油站老板霍修伟无奈地说。

国内加油站价格监测网站“油客网”总经理邢瑞松说,主营单位对柴油限量销售的策略,造成市场上柴油批发价格居高不下,民营加油站生存困难。不少民营加油站买不到柴油,也买不起柴油。

针对民营加油站的质疑,中石化广东分公司有关人士并不认同。他表示,在市场油量出现供应短缺时,大型油气企业的首选是把油供给自己旗下的加油站,以确保市场供应。“一见市场短缺,不良民营加油站就会唯利是图,得到油也不卖,而是囤起来伺机卖高价,但几大石油集团都会把‘保供’的政治责任和社会责任排在第一位。”

借助电教媒体提高语文阅读的教学质量

阅读教学应在教师的引领指导下,以学生自主阅读为主线,以发展语文综合阅读能力为主旨,在整体感悟、激发兴趣、体验情境、把握意蕴、品味语言、鉴赏评价等具有显性标志的实践环节上,借助电教媒体来展开。

一、感知理解、激发兴趣,提高阅读效率

“兴趣是最好的老师”,是学习的原始动力,它能让一个人对寻求知识、研究事物产生稳定的倾向。传统教学方法所使用的传输教学信息的手段,已逐渐让生活在科技高度发展、教学条件极大改善的今天的学生感到不满足,甚至厌倦。电教媒体的运用,可以在教学中调动学生的多种感官,激发学生的学习兴趣。直观、生动、逼真的画面,悦耳的音乐等教学材料,对学生来说是陌生的,而恰恰

是这些陌生的信息,能给学生以新鲜感;正是这种新鲜的刺激,往往容易引起学生的学习兴趣。

通过“读”来感知课文了解内容,是阅读教学的首要环节。所谓感知,是指通过眼耳等感觉器官,使事物在意识中得到反映。整体感知就是首先要对课文有一个总的了解,总的印象。格式塔心理学认为,整体先于部分,并决定部分的性质和意义。一篇课文在讲解之前,首先要让学生知道课文的主要内容,这样,教师交待学习的目标才会有所依托。整体感知的另一个意义是对课文的感情基调 and 字词的整体把握。在阅读教学中,学生若能与作者在情感上产生共鸣,学习注意力就格外

集中。同样,字词如果离开具体的语言环境,其含义就难以把握。就一篇课文而言,感知能力是通过听和读建立起来的。一个感知能力强的人,在听读语言文字的同时,不需经过思考过程,凭着感知就能迅速领悟其中丰富的内蕴和情味。

二、利用影像,体验情境,把握意蕴,培养分析思维能力。

感知只是认识的开始,理解才是目的。理解是在感知基础上的认识和深化。语文教材中有不少记述和介绍事物发生、发展的历史过程以及性状、特征等的课文,它们对学生来说是比较陌生的,有些课文反映的客观事物连教师自身也未见过,仅凭教

材、教参的文字介绍和简单的图示向学生进行讲解,学生难以理解。为突破这一难点,教师若善于巧借电教媒体来解决,则为学生理解课文,体验情境,把握意蕴、学习语言文字表达知识铺平了道路。

阅读教学中,一篇课文的重点、难点怎样突出和突破,是教师感到棘手的问题。实践证明,电教媒体是解决这一问题的有效手段,它能使较复杂、难理解的内容变为直观、浅显、易懂的感性材料,使学生易于理解和掌握。以朱自清先生的文章《绿》为例,阅读这篇课文,梅雨潭、梅雨瀑、梅雨亭三者的位置关系是教学的难点。课文中有这样一段文字“梅雨亭正对着

那条瀑布,坐在亭边,不必仰头,便可见它的全体了。亭下深深的便是梅雨潭。这个亭踞在突出的一角的岩石上,上下都是空空的,仿佛一只苍鹰展着翅膀浮在天宇中一般。三面都是山,像半个环拥着,人如在井底了。”这段话清楚地介绍了三者的位置关系,但学生读后虽经教师讲解,仍然没有清晰的印象。于是,教学到这一段时,我便先播放了中央电视台《神州风采》栏目中介绍温州仙岩梅雨潭风景点的录像,让学生在认真观察完录像画面后,自己说出三者的位置关系。学生表述虽不如课文生动形象,却也能说得清清楚楚。这样一来,教学难点不但很快就解决了,而且大大节省了教师讲解的时间。学生学得轻松愉快,且印象深刻。

(郸城县 刘爱荣)