



3月30日,事故现场地面的积水倒映出多名救援队员搬运抢险设备的背影。

张贵平 最先见到『小窑老空水』的逃生矿工之一

### 讲述那触目惊心的一幕

在“3·28”王家岭煤矿透水事故中,48岁的张贵平是逃生矿工中最先见到“小窑老空水”的人之一。29日,还有些精神紧张的他,断断续续讲述了在井下的所见所闻。

今年2月,回山西武乡县老家过年的张贵平,经老乡介绍来到王家岭煤矿。他深知矿工的危险,但听说是建矿不是挖煤,就同意了。不过,他还是不放心,于是提出“我只做杂活”。也正因此,张贵平捡了一条命。

3月28日早上6时40分,张贵平坐着小火车进矿。庞大的王家岭煤矿有上千农民工,他们被分成30多个分队,每个分队有3个班,每个班有十几个人。张贵平那一班有18人。

距井口800米处有个偏巷道,宽5.7米、高3.7米,那就是张贵平那一班工作的地方。“只做杂活”的张贵平在距离偏巷道口二三十米处停下,与其他3名工友一起将打好的巷道路面整理干净、铺设钢轨、卸载物资。而剩余14人要深入到700多米的偏巷道深处拓展巷道。

当天13时10分许,14名工友不小心挖穿了一个废弃煤窑,常年淤积在废窑里的水像泄洪一般涌出——“小窑老空水”吞噬了14名工友,顺着巷道扑向张贵平等4人。听到水声的张贵平与工友拼命奔跑,就这样逃出矿井。

截至昨天中午,王家岭煤矿透水事故153名被困人员仍杳无音信。井下水位正缓缓下降,也许3天之后甚至更久,被淹没的巷道终会浮出水面。这个国家和山西省重点建设项目,未投产却突发重大事故,是天灾,还是人祸?

29日晚,记者在事故现场采访一些工人及被困人员家属时,却发现了“偶然中的必然”。

## 王家岭煤矿透水事故发生前3个小时有工人发现漏水

# “向调度室汇报,结果被经理骂了一顿”

### 很多工友反映,矿上只抓进度不讲安全

#### 泥瓦工不培训就能下井

36岁的山西籍矿工刘银辉,来王家岭煤矿前在建筑工地干了20多年泥瓦工,从没下过矿井。今年农历正月初三,他经姐夫介绍,下井干活,没有经过任何培训。“姐夫经验丰富,我在他队里帮忙。”刘银辉说,自己完全不懂技术,主要干体力活。

40岁的湖南籍工人牛光宏,3月12日第一

次进矿,3天后就下井了。此前,他只在金矿打过工,从未接触过煤矿工作。放弃原职,远道而来,原因都一样,“赚得多”。任副队长的王吉明说,他月入上万元,牛光宏月入4500元,连刘银辉那种毫无技术的每月也能赚3000元。

然而,无需资格审查,没有基本培训,这些门外汉和新手轻松进矿,暗埋隐患。

#### 矿难就坏在这个“勇争第一”上

刘银辉的姐夫李伟有多年煤矿工作经验,他多次叮嘱工友:“瓦斯和透水是井下最大的两个敌人,王家岭煤矿瓦斯值低,透水更可怕。”他说:“一旦钻到水,必须马上停止、撤退,千万别拔钻头,否则会把水带出来,就来不及逃了。”

李伟坦言,这些基本安全知识远未普及,他不敢向领导反映,也没机会向更多工友宣传,“许多新来的工人都缺乏安全常识,矿里很少组织学习”。安全管理太差,每天三令五申的也只有狠抓生产进度。李伟举例说,矿里要

#### 调度室无视多次预警

3月28日,事故发生当天,煤矿安全管理的疏漏与麻痹再次凸显。

多名工人透露,事发前3个小时,有过预兆。“我当时刚下夜班,没多久就听说有人钻出少量的水,通过队长向调度室汇报,结果被经理骂了一顿。没采取任何措施,反而要求继续抓紧生产,赶进度。”牛光宏说。

求综掘机每月掘进700米,根本不可能完成,从来没有哪个月达标,但标准还是没放宽。

据了解,华晋焦煤有限责任公司3月5日召开项目推进大会,要求“加快建设,确保今年10月投运”,公司主要部门负责人与各施工单位签了节点考核奖励协议。就在事故发生前的3月27日,“提前完成工期,早一天出煤,勇争第一”依然是王家岭煤矿建设工地上最响亮的口号。王家岭矿难抢险总指挥、山西省副省长陈川平表示,此次矿难就坏在这个“勇争第一”上,煤矿企业首先应该注重“安全”和“质量”。

“当天上午,有工人多次打电话通知地面,但他们始终无动于衷。”刘银辉回忆,“等到真出事了,我再去调度室找领导,个个无影无踪。”

王家岭煤矿项目还没投入运营,正处于巷道掘进和建设过程,“一般情况下,建设阶段较少出事”。李伟分析,这可能更会催生麻痹思想,更容易让人放松警惕。

#### 透水量相当于一个小型水库

29日下午,牛光宏和60多个工友一起下井救人。步行四五百米后,他们无路可走了。通往主巷道的斜坡原本有几公里长,如今只剩半截露出水面。“太可怕了,主巷道全被淹了。井下时不时传来阵阵水声,像巨浪在不断拍打巷道岩壁。”即便如此,工友们也没有绝望。牛光宏说:“我老乡付志方那一班有14人,他们所在的工作面应该比水面高七八米,还有希望。”

牛光宏和工友们在井下帮忙搬电缆,为大功率抽水机供电。只有尽快抽水才能救人,但这谈何容易。

救援指挥部称,井下总透水量超过13万立方米,相当于一个小型水库。据了解,3寸管的水泵每小时能抽水100~150立方米,6寸管的水

泵每小时抽水总量为600立方米左右。昨天,几台10寸管的大功率抽水机也陆续开动,如果一切顺利,3天有可能抽完水。

这次透水事故发生的根本原因是矿工不小心将一个废弃煤窑挖穿,煤窑里沉积的废水瞬间涌入王家岭煤矿。

据抢险指挥部介绍,惹事的煤窑是新中国成立前开采后废弃的,因常年窝在深山坳中,淤积了大量废水。参与设计王家岭煤矿的一位专家说,在设计这座煤矿时,他在图上标明了沿途有8处比较危险的地方,要防止透水。王家岭煤矿要与10公里外的一个煤矿相连,途中要穿越多个废弃煤窑,随时都要防止透水事故。 据《新民晚报》《羊城晚报》

## 领跑中国儿童用品市场 足友启动新一轮全国招商计划

继去年在全国市场招商上大获成功之后,中国儿童用品行业领军品牌足友2010启动新一轮的招商计划。

“作为儿童用品行业领军品牌的足友,24年来专注童鞋行业,先后获得行业首家由工商总局认定的‘中国驰名商标’,行业首家‘中国制鞋行业科技示范企业’,品牌实力稳居行业前列。”福建省足友体育用品有限公司总经理杨敬平表示。

#### 中小型生活馆闪耀中国儿童用品市场

据了解,近两年来,伴随着儿童用品市场的异军突起,童鞋品牌纷纷走向童鞋童装一体化。同时伴随着4万亿投资后效应开始显现,再加上南非世界杯、上海世博会、广州亚运会等热点事件不断,有关专家指出中国儿童生活用品市场正迎来了千载难遇的黄金时代。

这一轮财富浪潮,足友以品牌的超强爆发、渠道的持续扩张全面闪耀中国儿童用品市场。去年5月,足友新广告片在湖南金鹰卡通卫视、央视少儿频道全面上映之后,在国内掀起一股足友品牌的传播风暴。今年,足友和湖南金鹰卡通台已经签定2010年度的合作协议,世界杯期间收视率最高的栏目“足球宝贝购”更是被足友拿下独家冠名。同时,足友加大全国网络传播力度,在国内各大门户网站持续宣传,品牌知名度不断提高。

2010年足友启动新一轮的渠道扩张计划,进一步深化专卖体系在全国市场的拓展力度,足友将着力在二三线城市增加中小型的儿童生活馆。

据了解,足友中小型生活馆更靠近生活区,面积中等,但绝对是大众消费者购物的优先选择,拥有很强的盈利空间。“足友儿童生活馆会为0-16岁的人群提供一站式购物服务,以童鞋、童装为主导,辅助玩具、书包、文具等多种品类产

品。”足友品牌运营中心负责人表示,凭借着多元化的专卖店盈利体系,去年很多加盟商的单店营利状况非常良好,今年订货热情非常高涨。

#### 携手经销商打造中国儿童梦工厂

09年,足友童鞋推出宝宝鞋、婴儿鞋以及大童产品,使得足友能够面向0-16岁所有年龄段的中国儿童,终端竞争力大幅提升。今年足友产品线更是强势出击,全新款式的皮鞋、布凉鞋已经火热出炉,备受市场好评。与此同时,足友日前还推出全新的童装系列,以时尚、环保、安全的领先设计理念,抢滩仍在高速扩张的童装市场。

业内人士指出,品牌、渠道、产品三重优势构建了足友飞速发展的轨道,儿童梦工厂的蓝图可谓呼之欲出,让广大经销商看到一片光明的事业前景。去年足友在河南招商期间,全省的经销商朋友体现出极大的加盟欲望,招商热线0371-86088182、15903628456的电话络绎不绝。

“足友以三大优势领跑中国市场,一是产品优势:足友童鞋三重纳米技术,三倍健康呵护,立足仿生学,不仅穿着舒适,而且能极大缓解疲劳;同时足友产品由中国十佳设计师全新设计,产品线非常丰富,是同行业关注的焦点;二是强大的终端支持,免费的高档货架及常年促销活动免费礼品支持,加上常年的店长、导购员免费培训。三是品牌优势,足友携手央视少儿频道、湖南卫视金鹰卡通倾力打造健康童鞋领军品牌。加入了足友的团队,让您一年四季钱途无淡季。”足友品牌运营中心负责人表示。



## 伊利母婴营养专业研究成就中国好奶粉

——伊利母婴营养研究中心专家项目研讨会在京成功召开

3月30日,伊利母婴营养研究中心第二阶段专家项目研讨会在北京成功召开,会上发布了母乳研究最新成果——“中西方母乳氨基酸(蛋白质)结构对比”。这是伊利母婴营养研究中心继发布“中国母乳氨基酸结构分析”后又一重大科研突破,伊利奶粉以中国首家母婴营养研究中心的专业科研实力再次刷新中国奶粉的新高度。

作为蛋白质基本组成成分的氨基酸在人体中发挥着重要的生理功能,是宝宝成长所需营养和提高免疫力的关键成分。但中西方母乳氨基酸成分的差异必然会带来中西方宝宝营养配方上的差异,由于婴儿肾脏功能发育不成熟,选用的配方奶粉如果氨基酸成分不够精细,不能吸收的氨基酸会加重婴幼儿肾脏的负担。

“中西方母乳氨基酸(蛋白质)结构对比”研

究成果将运用于伊利奶粉配方研发中。对此,婴幼儿营养权威刘冬生教授对此给予高度评价:“该阶段性研究进展在中国婴幼儿配方奶粉的精细化上推进了一大步,对中国母乳的持续不断的研究,伊利奶粉已经当之无愧地成为适合中国宝宝营养需求的中国好奶粉!”

“为中国宝宝提供最合适的专属营养”,伊利母婴营养研究中心汇集中国一流、权威的不同领域的专家,持续专注于母婴营养研究工作,进一步把母乳营养成分深入研究和探讨,将伊利母婴营养研究中心打造成为国内乃至世界一流的母婴营养领域的研究机构,以期不断地成就并研发出中国好奶粉产品,开创民族奶粉品牌的“伊利时代”。

刘宇/文