

“救援不停，就有希望”

山东笏山金矿事故被困人员有回信 12人位置已定

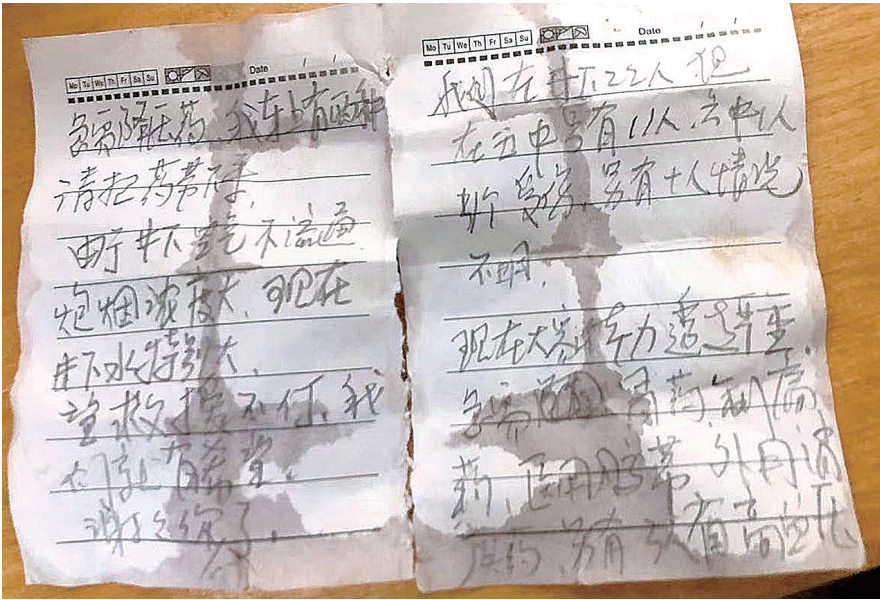
新华社电 在山东栖霞笏山金矿爆炸事故救援现场，井下17日晚传回了一张纸条，内容如下：

我们在井下22人，但在五中(五中段)只有11人，六中(六中段)1人，4个受伤，另有十人情况不明。现在大家体力透支严重，急需胃药、制(止)痛药、医用胶带、外用消炎药。另有3人有高血压，急需降压药，我车上有两种，请把药带下来。由于井下空气不流通，炮烟浓度大。现在井下水特别大。望救援不停，我们就有希望，谢谢你们了。

记者在山东栖霞笏山金矿爆炸事故救援现场指挥部了解到，根据井下传回的纸条，“五中段”现有11人，“六中段”有1人，另有10人情况不明。后续救援工作还在全力紧张推进中。

记者了解到，3号钻孔直径为219毫米，从地面通向事故发生时被困人员所处的巷道。3号钻孔于17日13时56分许打通，并收到井下敲击钻杆的回应。17日夜間，3号钻孔开始投放给养，包括手电筒、营养液、药品、纸笔等，救援人员感到下方有人拽了钢丝绳。

救援人员在全力打通钻孔
新华社发



井下被困人员传来的字条 新华社发



已向井下投放给养和药物

继续搜救失联人员

记者18日晚从山东栖霞笏山金矿现场救援指挥部第四场新闻发布会上获悉，救援人员已经向位于“五中段”的11名被困人员投放两批给养、一批药物，后续将全力做好被困人员的营养支持、心理干预、医疗救治等工作。

烟台市长陈飞在发布会上介绍，位于“六中段”的这名被困人员此前和“五中段”有过联系，但最近几天联系中断。救援人员正在投放生命探测仪，根据探测情况采取针对性措施。同时，在科学论证、确保安全、与竖井清障工作做好统筹的情况下，依托已建立联系的被困人员，寻找营救其他10名失联人员。

“大头娃娃”涉事公司

涉嫌犯罪 当地已立案侦查

新华社电 针对“婴儿用抑菌霜成‘大头娃娃’”的事件，福建省漳州市“欧艾抑菌霜”事件处置工作组18日发布通报称，根据目前产品检测结果和调查情况，欧艾婴童健康护理用品有限公司生产、销售伪劣产品，涉嫌犯罪。此前，当地曾将涉事产品送第三方机构检测，确认召回的涉事产品“益美灵多效特护抑菌霜”和“开心森林一抹舒宝宝皮肤抑菌霜”含有氯倍他索丙酸酯(糖皮质激素)。

目前，当地公安机关已立案侦查，并对相关嫌疑人采取刑事强制措施；卫健部门依法吊销涉案企业“消毒产品生产企业卫生许可证”；市场监管部门依法吊销涉案企业营业执照。

全球疫情简报

德国报告7例疑似与接种

新冠疫苗相关的死亡病例

新华社电 美国约翰斯·霍普金斯大学最新数据透露：截至北京时间18日6时22分，全球新冠确诊病例达94935551例，死亡病例为2028779例。美国是全球疫情最严重的国家，确诊病例达23896221例，死亡病例为397258例。

德国疫苗审批机构保罗·埃利希研究所日前发布报告说，该机构已统计到325例疑似与接种新冠疫苗有关的不良反应病例，其中51例为严重不良反应，7例死亡。不过该机构专家表示，这些不良反应报告虽与疫苗接种存在时间上的关联，但未必有因果关系。由于日本最近的新冠疫情形势恶化，日本国内外怀疑东京奥运会无法在7月如期举行的声音开始增多。日本内阁官房长官、政府发言人加藤胜信表示，日本各方正在致力于筹办东京奥运会。

中原消费金融：坚守为民初心 走好普惠金融之路

4年前，搭乘金融改革的热潮，肩负着完善我省金融服务体系的使命，由中原银行作为主要出资人发起设立的河南中原消费金融股份有限公司(简称“中原消费金融”)应运而生，填补了河南金融市场空白。

4年来，作为我省唯一获得银保监会批准设立的消费金融机构，中原消费金融始终坚守“普惠金融”的初心蹚出了一条消费金融高质量发展之路。郑报全媒体记者 倪子 通讯员 静伟

加大科技创新
让更多用户享受到普惠金融服务

作为一种新型非银行金融机构，消费金融公司设立的初衷是服务传统银行难以或者不愿意服务的客户，满足广大群众的基本金融需求，即与传统银行“客群互补、错位竞争”。

正因为如此，中原消费金融服务的客群是市场上信用记录相对较少、信息不完善的客户，包括刚步入社会的高校毕业生、年轻家庭、农民等群体，其中有不少还是“信用白户”。他们的贷款需求集中在“衣、食、住、行、用”等日常消费方面，平均只有几千

元。这些客户本身具备承担能力也并未过度借贷，但由于他们在征信体系中并无太多数据，是传统金融机构无法做出判断而不能为他们提供金融服务的客群。

自成立伊始，中原消费金融一直将金融科技作为整体战略布局的核心一环。中原消费金融借助大数据技术，通过创新业务模式，提高技术水平和风控效率，进而降低成本，让利于用户，用更多维度数据来挖掘、服务这部分原来无法享受服务的人群，从而有效缩小城乡、地区、行业之间金融供给不平衡、不充分问题，打通金融服务的

“最后一公里”，让“金融普惠大众”的使命得以实现，走出了与传统金融机构差异化发展的路径。

坚持金融为民
不断提升广大消费者金融素养

当然，中低收入人群面对消费也存在“盲目性”“冒险性”，为了避免偿还能力不足的消费者陷入财务陷阱，帮助他们树立良好信用理念与消费观念，中原消费金融公司本着“当帮手”“不添乱”原则，坚持线上线下协同，多渠道普及金融知识，提升消费者金融素养和风险防范意识。

在线上，中原消费金融利用官网、微信公众号、微博等渠道普及基础金融知识、介绍防骗指南、提示金融风险，帮助客户和广大金融消费者选择适合自己的金融产品和服务，远离非法金融活动，切实维护消费者自身合法权益。

在线下，中原消费金融深入郑州市多个社区住宅、写字楼，积极利用广告灯箱、车行道闸、入户门禁、楼宇电梯等与居民生活息息相关的场景开展公益宣传，重点向社区居民、写字楼内白领普及“防范金融骗局”金融知识，通过潜移默化的方式提升公众防诈骗意识和金融素养。

4年来，中原消费金融以科技创新为驱动，用高效、透明、便捷、可负担的消费金融服务，满足了超过1000万用户的金融需求，逐渐在国内消费金融业内叫响了“中原”品牌。未来，中原消费金融将继续以生态和需求为基础，以用户体验度为着力点，打造满足更多层次需求的产品体系，让消费金融服务和产品更贴近用户，惠及民众日常生活的多个领域，把普惠金融的业务做强、做专，努力做到金融为民、普惠民生，使人人都能共享金融改革发展的成果。