

清江打响 五水共治 攻坚战

记者 陈海燕 通讯员 聂祥龙

昨天上午，在清江镇泗塘村，阳光洒在河道上，工人们有条不紊手持水枪，朝着河泥有力打去。该村3台吸泥泵同时开工，吸着淤泥。当下，在清江镇，百日清淤大会战正在金锣密鼓地进行。

10月初以来，清江镇积极响应市委市政府号召，大力开展治水清淤百日大会战。将在100天时间内，完成32个项目109条河道共72公里的河道清淤工作。

截至12月2日，有29个项目已集体开工实施。目前，已完成清淤量19多万立方米，垃圾量0.6万立方米。



工人手持水枪喷射水草。赵谢军 摄。



督查组现场督察河道清淤工作。赵谢军 摄。



老协成员每天现场监督河道清淤。赵谢军 摄。

41台吸泥泵同时施工

11月26日上午，在清江镇永光村沙门塘河，两个工人穿着连体皮裤，手戴皮手套，站在河道中，手持水枪朝着水草喷射。这些污泥很坚硬，只有强有力的水枪将其软化冲散，才能利用吸泥泵通过橡皮管道输送到农田进行平铺。该镇治水清淤监督委员会成员赵谢军介绍。

现在，我们村共有5条河道在清淤，已经完成两条。该村村委会主任吴康银说，工人们按照一台机器5个人的配置24小时不停工作。

据清江镇农办统计，该镇目前有41台吸泥泵，82支水枪在同时施工。工人们24小时轮班作业，加班加点赶进度。

昨天，在清江镇泗塘村永福塘河，挖土机在挖机打堆场。

我们11月开工后，两台机器在运

作，为了追赶进度，增加了第三台机器，从村里接了2个电表，又从邻村鲤鱼山村接了1条电线，现在3台机器分段施工，每天清淤量达到900立方米左右。清江镇泗塘村村委会主任夏德庆告诉记者，刚开始的时候，一天的清淤量仅为500立方米左右。

该村共有5.76公里的河道需要清理淤泥，目前永福塘河已经完成30%的工作量，前江家塘河已经完成50%的工作量。按照此进度，1月将完成清淤工作。

农户主动让租农田

在清江镇永光村，吸泥泵将淤泥通过管子灌输到农田，堆起来二三十公分的高度。

清江镇农办工作人员阮金雁告诉记者

者：目前，清江镇的淤泥清理出来有两种处理方式，一种是灌输到农田，等来年翻耕，还有一种是建立一个堆场，集中堆积淤泥。

吴康银说，多年前，河泥是农田肥料，后来，随着肥料的使用，渐渐淡出农民的视线。如今，村里的河道已经近30年没有清淤了，农民非常支持，共提供了400亩农田用于堆淤泥。吴康银说。

一名农户称，往年冬种油菜，一亩收入2000元左右，堆积淤泥对来年的水稻成长非常有利，产量可以提高，所以非常乐意放弃耕种。

而且，出租农田清淤的，每亩还可获得收入600元的收入，既是给农田输入营养又有额外收入，多好的事情。该农户笑呵呵地说。

昨天，清江镇泗塘村南浦新河开工，淤泥顺着吸泥泵缓缓打入堆积起来的占地

30亩的堆场。这里，原来是农户养蟹的一年效益可观，不过，为了村里的清淤工程，大家都毫不犹豫地放弃了。村委会主任夏庆德说。

在该镇，河道清淤得到了村民的广泛支持，农民主动出租农田。目前，该镇共租用农田1415亩，计划完成淤泥方量68万立方米，垃圾方量2万立方米，估算总投资1725万元。

多措并举确保1月中旬完工

清江镇根据制定好的治水清淤百日会战工作方案，对近三年未实施过清淤、河道淤泥较为严重的河道集中开展清淤，严格要求施工单位做到一清到底，河床干净。同时，要根据工程任务的大小，按照时间节点要求倒排施工进度，合理安排施工机械和人员，大力推进项目实施进度。



建好的堆场。赵谢军 摄。

电商

责任编辑 刘丽娟

乐清将筹建电商协会 如果你是 电商 快来报名入会吧

本报讯（记者 刘丽娟 通讯员 胡旭慧）昨日，记者从我市网络经济局获悉，我市将筹建乐清电商协会，目前会员正在积极招募中。

近年来，电子商务以前所未有的速度迅猛发展，并逐步向生产、流通消费等实体经济活动渗透，成为引领生产生活方式变革的重要推动力。截至目前，我市已有涉网经营企业8000多家，乐清众多传统企业开始在天猫、阿里巴巴等平台开展网络销售，目前乐清企业在天猫开设的网店已有108家。同时，生产型企业对拓展网络经济的要求也催生了一批第三方交易平台及服务型网络经济公司，包括中开网、百方网、中国电器交易网等。

此外，我市的网上B2C电子商务也不断涌现，如伊莱科商城、正源商城、兴乐易购、华邦易购等依托本地产业优势的B2C平台，也有特宝贝(母婴产品)、博典(地板)、山海之味(农产品)以及空中超市等一系列B2C网站。

为整合乐清电商产业资源，搭建交

流平台，规范从业行为，营造良好环境，推进乐清市电子商务加快发展，我市网络经济局积极筹建乐清电商协会，如果你从事 电商，快来报名入会吧。

报名方式：登入 <http://www.yqftec.gov.cn/>，领取报名表填写后发至邮箱：184372578@qq.com，也可以扫一扫 乐清电商 微信公众号，了解相关报名情况。还可来电咨询，联系电话：61882165；传真：61882159；联系人：陈女士。

扫一扫 关注 乐清电商



线下商户引流新招：接入微信 附近的人

12月2日消息，微信近期将 附近的人 功能向线下商户开放，允许有门店的商户在用户搜索 附近的人 时，展示店铺信息。无论是对传统零售企业还是本地生活服务类商户来说，这都是一个颇有吸引力的机会。

据了解，此前腾讯旗下微生活团队曾尝试将商户列入 附近的人，但规模不大。此次微信官方将这一功能做出升级，商家可主动申请入驻，获得门店曝光机会。

用户使用 附近的人 功能时，将看到一定范围内的线下商户，点击则能进

一步看到商户的图片、具体位置、电话、卡券、营业时间、产品推荐、特色等信息。不过，根据微信的官方通知，目前该功能仅向有认证的微信号、有卡券功能的全部公众号开放。

商户可以在公众号后台添加 门店管理 功能插件，进入门店管理后，可进行门店的添加、删除、修改等维护工作。

据了解，此前 附近的人 更多是一些个人微信号的 吸粉 绝招，向商户开放申请后，意味着其将成为商户门店的营销渠道。 本报综合

有会员1000 微信粉丝3880 微博关注11万人 乐清一美发造型师 互联网思维打造的 特色 工作室

见习记者 董露露

传统美发行业也能引入互联网经营理念？乐清美发行业中就有一位既能深刻理解美发商业本质，又具有互联网思维的理发师，他就是叶建敏。

互联网营销思维

今年32岁的叶建敏，是乐清福溪人，2012年10月成立阿敏造型工作室，后改名为JMSalon形象·私人定制，开卡、不办卡、不推销、不满意重做的营销理念，将理发师搬到线上。他的经营模式和传统美发店不同，摒弃地面营销，不选择人流密度高租金高的黄金地段做店面，而是选择租金较为便宜的小区公寓成立工作室，将更多的费用用于互联网的营销中。

叶建敏主要通过微博、微信等网络平台推销自己。经顾客同意，他会用单反相机将剪发前和剪发后的照片拍摄下来并发到微信、微博平台上进行对比。在他的微信朋友圈和新浪微博中，有他的个人资料、作品、用户评论等内容。消费者接受服务后可以在平台上直接对服务进行评价，给其他顾客有参考的依据。另外，用户还可以通过微信直接预约，开通微信会员卡移动支付，还能享受到优惠。

叶建敏的互联网思维还不仅如此，在叶建敏的微信公众平台上，发型师、产品的价格都做到了透明公开。另外，他还保证若顾客对服务不满意的可选择七天内重做。

这个模式解决了现今美发行业的两个关键问题：信任感和折扣卡。

利用网络进行口碑营销

短短两年时间，工作室吸引了大批从传统美发店转战而来的消费者。现在工作室拥有会员1000多人。微信粉丝3880人，新浪微博粉丝11万人。一天正常预约10位，生意越做越好，盈利额也节节攀升，生意最好的一个月，月纯利润达16万元。

说起自己的创业经历，叶建敏告诉记者，16岁时因为对美发行业的热爱开始从事理发师工作，期间因美发行业不



图为叶建敏在给顾客拍摄剪好的新发型。 通讯员 赵昌丽 摄

景气，自己曾改行开化妆培训学校。两年前领悟到其实不是美发不好做，是时代变了，决定重返美发市场，利用互联网做出自己的 特色。

工作室的主要 特色 是只剪日常不要打理的短发。工作室成立之初，主要是以前熟悉的老顾客、老朋友为主，因为我剪的短发易打理，后来老客户常带朋友来。我使用互联网工具进行客户引流，微博做全国的人气，微信做本地客户传播维护，两者结合，扩大覆盖半径。工作室成立两年多，期间已经有从广东、福建、杭州等周边城市慕名而来剪头发的客户。叶建敏说。

可通过互联网获新生

说起采用互联网营销的工作室相比于传统美发店的优势，叶建敏认为，工作室开支成本小，一个月的水、电、人工开支相当于一个家庭的开支，人员也相当精简。在装修上工作室主要走简约风格，看重剪发手艺，装修成本也大大降低。传统理发店则不同，一家美发店想要价格上花大钱，都在店面装修上花大价钱，而顾客进到一家高级美发店，往往

服务和硬件都很优质，但是却很迷惘到底该找哪位理发师修剪；在传播范围上，采用互联网营销的工作室能吸引周边城市乃至更远地区的客户，传统理发店传播范围就比较局限。

在互联网飞速发展的今天，女性消费是各个行业争夺的一大阵地。叶建敏介绍，他主要的客户群为20-30年龄段的年轻女性，他们习惯用手机玩微信。他选择了美发这个细分市场正抓住了女性的消费潜力。美发行业属于决策型消费，不少顾客会评论 xx老师剪得头发非常好，下次还会光临。那么这个理发师就绑住了一个顾客。叶建敏说。

工作室不推销引荐其他消费，也不推荐顾客充值消费。他告诉记者，如果客人的发质不好，还想烫染他是绝对会拒绝，因为他要的是口碑而不是短期的利润。传统美发店因为成本更高注重引导客户消费。另外，传统美发店注重发型业绩，理发师流动跳槽率也高。

叶建敏还有属于自己的CRM管理体系，可以从中充分利用数据分析市场。另外顾客到店服务、预约、订单管理、甚至用户的闲余时间等也有记录。