

黄茅海跨海通道距离年底通车更近一步

两座桥均通过荷载试验

黄茅海大桥静载试验现场。
通讯员 郝笑天 摄

本报讯(记者陈新年 通讯员张鸣子)14日凌晨,黄茅海跨海通道项目完成了黄茅海大桥荷载试验。此前,该项目于月初完成高栏港大桥荷载试验。至此,该项目两项桥梁工程均通过了“深度体检”,距离年底建成通车更近一步。

荷载试验即静动载试验,分为初始状况调查、动载试验、静载试验,旨在评价桥梁施工质量是否达到设计要求,检验桥梁结构的实际工作性能,是桥梁工程在使用前必须完成的环节。

静载试验是按照工况,在桥面指定位置分批停放载重汽车,并通过检测仪器记录参数。

该桥梁的动载试验模拟了3

种行车情况:第一种是无障碍行车试验,两台重约35吨的载重汽车以不同车速在桥面行驶;第二种是有障碍行车试验,在桥面设置高7厘米的弓形板,两台重约35吨的载重汽车以不同速度越过障碍;第三种是脉动试验,是在桥面无任何车辆的情况下,通过布置在桥梁上的振动传感器拾取微幅振动,经低频放大器放大信号后,用动态信号采集系统进行采样、分析。

“两座主桥均采用分体式钢箱梁设计,钢结构对温度要求高,我们选定温度相对稳定的19:30至次日3:00时间段进行测试、采样,这样得出的数据更加精准。”黄茅海跨海通道管理中心项目负责人

朱超说。

经过54辆载重共1890吨的汽车分4次加载测量,高栏港大桥、黄茅海大桥荷载试验数据均在设计范围内,两桥实际工作性能与设计期望值相符,试验所得结果将为工程交验收提供依据,并作为今后运营期工作状况监测的参考资料。

截至目前,黄茅海跨海通道建设进展顺利:5座主塔已封顶,两座隧道已贯通,钢桥面铺装及路面铺装全部完成,桥梁工程荷载试验完成,正在进行机电交安、全线景观绿化提升等附属工程施工。项目已进入通车冲刺期,朝着年底建成通车的目标推进。

2024 粤港澳公路自行车赛系列活动举行

亚运冠军与中小學生分享骑行故事

本报讯(记者张映竹)11月14日,2024粤港澳公路自行车赛系列活动之“冠军进校园”活动在珠海市九洲中学举行。两名自行车亚运冠军汤学忠、黄金宝与九洲中学、九洲小学师生共同分享和自行车有关的故事,为孩子们播撒体育种子、传播体育精神。

汤学忠集世界B级自行车锦标赛、亚运会、全运会等多项赛事的自行车冠军于一身。黄金宝获多哈亚运会公路自行车男子个人决赛冠军。

黄金宝分享了他曾经备战全运会的历程和夺冠的激动心情。“当我站在全运会的赛场上,背后承载着大家的支持和期望,我必须全力以赴,追求梦想。”黄金宝告诉同学们,坚持不懈的努力是实现梦想的关键,也是通往成功的途径,希望同学们不负青春、努力拼搏。

汤学忠分享了自己在运动生涯中的心路历程,表示努力的过程尤为重要,一定要学会制定目标,规划好自己的时间,劳逸结合。他鼓励同学们保持一颗乐观向上的心,用脚步去丈量世界、用坚持去书写人生。

在交流互动环节,黄金宝讲解



汤学忠(左一)、黄金宝(右一)和学生互动。 本报记者 朱习 摄

了公路自行车的基础知识、骑行技术要领和安全注意事项,提醒学生们参与自行车骑行时要佩戴护具、在正规骑行路段骑行、避免夜间骑行等。

两名冠军向市九洲中学赠送了签名队服,激励学生们向着梦想不断迈进。

“很荣幸见到了黄金宝和汤学

忠两位老师,我也很喜欢自行车运动,希望未来能在赛场上为珠海争光。”一名同学说。

据介绍,本次活动旨在进一步营造珠海迎接十五运会、人人当好东道主的社会氛围,提升2024粤港澳公路自行车赛的社会影响力,助力打造粤港澳公路自行车赛品牌形象。

菜鸟驿站成立工会组织
全新建会模式 涵盖驿站194家

本报讯(记者苏振华)近日,珠海市菜鸟驿站联合工会召开第一届第一次会员代表大会,选举产生了菜鸟驿站第一届联合工会委员会。作为基层工会组织全新建会模式,该联合工会委员会涵盖驿站194家。

为保障职工权益,促进劳动关系和谐,珠海市邮政管理局及市快递行业工会联合会向市总工会提出申请,成立珠海市菜鸟驿站联合工会委员会。

菜鸟驿站联合工会委员会主席李露莹在代表大会上说:“我将积极维护职工的合法权益,全心全意为广大职工谋利益、办实事,不辜负各位职工的期望。”

据悉,菜鸟驿站联合工会委员会的成立是我市基层工会组织一种全新建会模式。有别于一般企业工会,菜鸟驿站属于个体工商户加盟店,成立工会后有助于提升员工归属感,助推规范化管理。据统计,新成立的珠海市菜鸟驿站联合工会委员会已涵盖相关寄递驿站194家,平均每个驿站一名会员。

直播带货引纠纷

法院判令退还费用
并支付违约金

本报讯(记者施展华 通讯员肖辉燕 梁倩雯)如今,产品“出圈”常有网络主播的助攻。万一主播带货“翻车”怎么办?近日,香洲区人民法院审理了一宗此类纠纷,判令主播退还费用并支付违约金。

爱美公司(化名)是珠海一家生产美容护肤产品的企业,主营产品是面膜。为了打开销路,2022年7月,爱美公司与兴隆公司(化名)就直播间推广指定商品事宜签订了《直播带货保量合同》,约定由兴隆公司通过网络直播方式推广爱美公司美容护肤产品,引导用户前往爱美公司网店下单购买,合作时间为2022年7月-9月,目标销售金额为22万元,结算方式为服务费加佣金,如果实际销售额达不到目标销售额,则兴隆公司需按照比例退还服务费。签约后,爱美公司向兴隆公司支付了10万元推广服务费。

兴隆公司在合同期内安排主播直播带货,没想到只产生了876元销售额。后来,爱美公司、兴隆公司和阿旺(化名)又签订了一份《直播带货保量合同之三方协议》,约定兴隆公司将原《直播带货保量合同》权利义务转让给阿旺,阿旺需安排补播,并完成至少10万元保底实际销售额,否则阿旺需按照比例退还推广服务费,若逾期未退还,则须支付违约金等。

2022年10月-12月,阿旺委托某网红为爱美公司生产的面膜产品进行了3次带货直播,销售金额1.1万元,但阿旺此后便没有再安排直播。爱美公司提起诉讼,要求阿旺按照合同约定退还相应比例的推广服务费8.8万元,并支付违约金。

法院经审理认为,爱美公司、兴隆公司和阿旺三方签订的《直播带货保量合同之三方协议》合法有效。原告爱美公司已支付10万元推广服务费,被告阿旺应当依照合同约定,通过网络直播方式为原告爱美公司推广销售产品。被告阿旺在双方约定的推广销售期满后,未能完成不少于10万元的实际销售额,已构成违约,应当依据三方协议约定,按照比例退还推广服务费8.8万元,并支付违约金。

法官表示,因为推广未达到预期效果而引发的直播纠纷并不鲜见。商家应明确直播带货预期达到的销售目标,确认各方认同、可量化的计算方式,在合同中约定应达到的销售量或销售额,以及销售目标未达成时的违约责任等。此外,佣金结算方式应明晰,退货金额在佣金结算中是否扣除等细节都应该提前商定,以免在最后结算时再横生枝节。