

H备战“十一”黄金周

省消费者委员会发布国庆中秋假期消费提示 防疫别松懈 餐饮别浪费

本报讯 (记者罗霞)近日,省消费者委员会发布国庆中秋假期消费提示,做好疫情防控,科学理性消费。

提示指出,外出旅游,防疫当先。消费者要密切关注目的地疫情信息,暂不建议选择出境旅游。出行前要备足口罩、洗手液、免洗抑菌凝胶、一次性手套等防疫物品,在人多

聚集性的公共场所一定要佩戴口罩。要按照高速、机场、车站、景区、餐饮、住宿、购物等场所防疫要求,主动配合做好测量体温、查询健康码等疫情防控措施。

此外,消费者要详细了解目的地景区开放情况和限流等信息,密切关注途经地和目的地以及沿途交通状

况。要留意当地公布的卫健部门或疾控中心电话,密切关注自己的体温和身体状况,如出现发热、咳嗽等不适症状应按要求就医并做好防护。合法权益受到侵害时,要及时向旅游主管部门或消费者组织进行投诉。

消费者要树立“浪费可耻,节约为荣”理念,用餐时适度点菜、打包剩

菜,以实际行动落实“光盘行动”。要积极响应、自觉参与并支持餐饮经营者开展的“节约用餐”系列行动。聚餐时要采用分餐分食或使用公筷公勺,参与“公筷行动”,避免出现食源性疾病交叉感染,养成良好就餐习惯。

假日购物,注重品质。黄金周期间,线上线下购物渠道都会推出各种

促销活动,消费者在购物消费时应货比三家、理性消费,选择正规商超、免税店、电商平台,不要一味追求低价而忽视商品质量。特别是在选择旅行社过程中,要避免出现侥幸或贪小便宜的心理,防止落入“消费陷阱”。离岛免税购物消费者要预留出适当的提货时间,避免因提取货物延误行程。

省教育厅部署国庆中秋假期防疫工作,要求各校师生员工—— 旅行不出境 离岛须报备

本报讯 (记者陈蔚林 通讯员王寅)国庆和中秋假期即将到来,省教育厅日前印发文件,部署假期期间及今后一个阶段疫情防控工作,要求师生员工不得到国内中、高风险地区和境外旅行,如离岛须向学校报备。

文件指出,国家法定放假时间是10月1日至8日,全省高等院校可自主决定放假时间,但中小学校(含幼

儿园)及中职学校均执行国家法定放假时间。如确需缩短和调整假期,学校须向学生及其家长作好解释说明。

放假之前,各级各类学校要按照属地疫情防控工作指挥部的最新要求,及时通过信息渠道向学生、家长发布风险提示或安全预警,指导家长配合做好学生假期的心理健康、近视防控、合理膳食、体育锻炼等工作。

省教育厅还对今年秋冬季学校

常态化疫情防控工作作出具体部署,要求各地各校优化校门管理方式和校园管控措施,广泛听取并合理采纳学生和教职员对校门管理的意见建议,切忌“一刀切”“简单化”的封闭管理,运用信息化手段,逐步实施便捷的进出校门管理机制;开展新时代爱国卫生运动,做好校园环境常态化清洁消杀,加强疫情防控全员培训和宣传引导,定期组织学生参加爱国卫生社会实践。

省教育厅强调,各地各校要按照教育部有关文件要求,继续完善心理健康教育指导服务体系,持续提供心理健康咨询服务。同时,要加强对学生的思想引导、学业就业指导、心理疏导和人文关怀,做好受疫情影响较大群体的对口帮扶。

H庆丰收 迎小康

定安黑猪今年已出栏10万余头,产值超5.5亿元,养殖户称——
“金猪银猪,不如我的黑猪”

■见习记者 刘乐蒙

“今年赚300万元,问题不大。”9月23日,定安黑猪养殖户梁其川见到海南日报记者时,谈起今年的黑猪市场,乐得合不拢嘴。

梁其川的养殖场位于定安县新竹镇卜效村罗雅村民小组,是定安新竹南华养殖专业合作社的17个养殖场之一,主要用作育种。“我现在养了150头母猪,一年大概可以出栏仔猪3000头左右。”他说。

养殖场内的每一头黑猪,在梁其川眼中都是“宝贝疙瘩”。喂猪、给猪舍降温、为猪仔接种、清理猪舍、消杀……每天从早上6时开始,梁其川和爱人薛丽云要在猪舍中忙碌十几个小时,不知疲倦,精神满满。

“今年黑猪不愁卖,养殖户有钱赚,怎么会嫌累?”梁其川用手指着猪舍笑着告诉记者,现在一头仔猪的收购价大约2000块钱,他的养殖场9月已经出栏了280多头仔猪,除去养殖成本,单本月利润就有数十万元。

定安新竹南华养殖专业合作社理事长、黑猪养殖专家李南华对记者说,今年黑猪养殖行情火热背后,和市场供需有很大联系。去年上半年,受非洲猪瘟影响,整个产业受到重创,不少养殖户担心持续亏损,清场退场后转行养鸡养鹅养鱼,仔猪需求量减少,一头仔猪价格跌到几百块钱,直到下半年猪瘟防控进入常态化后,行情才有所好转。

“如今整个产业能够有序恢复生产,也都多亏了政府的帮扶,猪瘟疫情发生后,相关部门成立防控应急工作组,出台扶持政策,为养殖户发放防控补助资金,帮助养殖户走出困境。”李南华说。

在定安,像梁其川这样的黑猪养殖户不在少数。“看到养猪赚钱,也有不少人加入养殖行列,个个摩拳擦掌。”养殖户李帮培告诉记者。

据定安县畜牧兽医服务中心主任张坚介绍,今年以来,定安县共出栏黑猪10万多头,带来经济效益超5亿元,随着市场走俏和产能恢复,明年定安全县黑猪养殖规模有望进一步扩大。

养殖户养得好,更要想办法卖得好。为了帮助养殖户扩大黑猪销量,定安新竹南华养殖专业合作社还专门成立了一家公司,在海口开设4家实体店,把鲜肉送到海口市民家门口。“每天每家店卖1头至2头猪,早上6点开卖,不到9点就能卖完。”定安南博万农牧有限公司销售负责人唐小波说,接下来他们还打算通过电商、外卖、社区团购等途径线上销售,进一步打造定安黑猪品牌。

“金猪银猪,都不如我靠双手养出来的定安黑猪。”听着猪舍内不时传来哼哼的猪叫声,梁其川相信,日子会越过越有奔头。

(本报定城9月26日电)

2020年五指山市职业技能竞赛开赛

本报五指山9月26日电 (记者谢凯)9月26日上午,2020年五指山市职业技能竞赛在五指山市就业服务中心开幕。本次比赛共有55名参赛选手在汽车机电维修、车身涂装、茶艺、茶叶加工等4个竞赛项目上开展技能比拼,展示职业风采。

海南日报记者了解到,本次竞赛因地制宜专设茶艺竞赛项目。其中,茶艺师项目有17人参加,茶叶加工有19人参加。

据悉,本次竞赛为期一天,以“新时代、新技能、新梦想”为主题,竞赛自9月初启动以来,得到了社会各界的大力支持和配合,也得到了广大技能从业者的关注和参与,参赛人数达到55人。每个竞赛项目分设一、二、三等奖,优秀奖若干名。获得一等奖的选手可得最高5000元奖励。

“此次职业技能竞赛茶艺项目报名的选手多来自五指山本地茶企,通过以赛代学,选手们可以获得免费的培训学习机会。”海南省茶叶学会副会长兼秘书长陈世登说,在竞赛中获奖的选手,不仅可以获得相应的资格证书和奖励,还可以有效提升自身技能水平。

“参加这次技能竞赛,不仅学到了扎实的专业知识,还能提升自己的业务水平,这对我日后的教学很有帮助。”参加车身涂装竞赛项目的海南省民族技工学校汽修专业教师邓进强说。

三亚市第六届职业技能竞赛落幕 特设“节约分”反对浪费

本报三亚9月26日电 (见习记者李梦楠 记者李艳玫)9月26日,2020年海南省行业职业技能竞赛——三亚市第六届职业技能竞赛在海南省三亚技师学院落幕。本届赛事共设五大竞赛项目(工种),共计273名选手报名参赛。

据悉,本届职业技能竞赛首次增加中式烹调师和西式面点师两个竞赛项目,均以“国家级实训基地”为实操赛场。此外,大赛组委会特设“节约分”,营造“厉行勤俭节约 反对铺张浪费”氛围。

“今年,组委会加大了‘节约办赛’的宣传力度,并将‘节俭分’列入选手最终成绩中。在比赛结束后,工作人员还提醒大家要打包带走所有菜品、食材等,践行高效节俭、绿色办赛的理念。”赛事组委会相关负责人说道。

据了解,三亚市职业技能竞赛已经成功举办五届,为参赛者们搭建了一个展示技能、切磋技艺、相互学习的平台,展示了各行业技能风采。

本次比赛由三亚市人力资源和社会保障局、三亚市委人才发展局联合主办,海南省三亚技师学院、三亚市人力资源开发局、海南旅创科技有限公司共同承办。

走向我们的小康生活

迎接国庆中秋假期 海口推出9大主题50余场旅游消费活动

本报海口9月26日讯 (记者张期望 郭萃)2020年国庆、中秋假日期间,海口将推出9大主题50余场旅游消费活动,从“享购物”“享美食”“享生活”“享节庆”“享时尚”等方面,通过“节庆+活动”汇集人气,促进新型消费,引领节日经济。

其中,“2020阿里巴巴本地生活全城欢乐季”主题活动已经开启,多个阿里系平台共同推出“秒杀、折扣、满减、领红包”等优惠,为即将到来的国庆中秋双节消费狂欢蓄力预热。

“新能源汽车促销”主题活动将联动新能源汽车4S店开启购车优惠活动,促进海南新能源汽车产业的快

速健康发展,实现全岛电动化,增强海口新能源汽车销售量。

“海口首届健康生活节”主题活动则聚焦绿色、高端家居建材消费,联合海口全城各大建材城与家居品牌,举办“健康生活”市集,开展建材家具优惠展销,打造环保、舒适、有品位的家居生活环境。“智慧家电全城拍卖节”主题活动则结合市民年终购买大宗商品的消费习惯,联合全城大型家电卖场推出“年终家电折扣、以旧换新、家电拍卖”等优惠

活动,打造海口全城狂欢的家电消费派对。

除上述主题活动外,海口还将推出“海口酒店餐饮美食品鉴嘉年华”以“情系中秋·喜迎国庆·乐享美食”为主题美食文化活动,集结40+高端品牌酒店,40+品牌餐饮商家超150+门店参与,推出“中秋佳节月饼促销周、国庆美食大放送、线上美食全场5折抢”等美食消费活动,市民游客可以大快朵颐,享受到实实在在的椰城美食福利。

定安挖掘品牌文化,助力粽子销量10年增长29倍 文化“变现” 粽子“吃香”

坊。虽然其作坊品质好、口碑佳,但起初规模不大,订单不多,主要靠朋友相互介绍客源,生意并不好做。

转机发生在今年5月30日。

当天,作为2020海南(定安)端午美食文化节系列活动之一的“当文宗遇见青梅”定安粽品牌推介会,选择在冷泉青梅粽子厂所在的龙拔塘村举行。活动中,黄月飞家的“青梅粽”在网络直播平台上一经亮相就备受追捧,订单不断。

“活动第二天,我不断接到电话,全都要跟我下订单。”黄月飞笑着回忆。更让她没有想到的是,从6月3日至23日,“青梅粽”销量达到6万多个,销售额高达90多万元。其中1万多个粽子通过电商渠道卖到北京。

黄月飞说,这是她第一次感受到“定安粽子”品牌的力量。跟随着品牌的浪潮,她清晰地看到,自家粽厂的命运正在发生改变。

深耕文化产业旺

青梅粽的故事,其实是定安粽子产业发展的缩影。

除了销售粽子本身,粽子产业每年还拉动定安黑猪肉及大米销售达600多斤,咸鸭蛋2800多只,粽叶1.5亿多张,在带动原材料产值增长的同时,带动包装制作、快递物流、调味用品、煤气供应等行业的生产、就业和增收。

“这就是定安文化软实力‘变现’最生动的体现!”在定安县粽子协会会长王沸健看来,定安粽子品牌的发展、影响力的壮大,离不开定安县委、县政府对粽子品牌文化的深耕和挖掘,对“讲好定安粽子故事”的创新和尝试。

以今年端午节为例,定安与海南日报报业集团联手策划制作创意竖版宣传片《琼剧说定安》美食专辑,用琼剧的演绎形式介绍定安美食,在社交

平台上的传播量超过100万;推出网红推介定安美食短视频《21天爱上定安》,全网点击率超过500万人次……这些都有效地提升了定安粽子的知名度和影响力。

此外,定安连续举办11届海南(定安)端午美食文化节,推出为期一个月的美食文化推广活动,以多种形式重点推荐本土粽子,在不断擦亮“定安粽子”这块“金字招牌”的同时,文化软实力“变现”的力量正逐步显现。

事实上,从定安粽子品牌,到母瑞山红色教育品牌、琼剧文化品牌……近年来,定安已经在多个领域创造出文化“变现”消费产业的定安模式。

“未来,定安还将不断解锁更多本土文化内涵,以‘文创+’概念来讲好定安故事,将越来越多丰富的文化资源转化为我们的城市发展核心竞争力。”定安县委宣传部负责人说。

(本报定城9月26日电)

■本报记者 叶媛媛

9月25日下午,在定安县龙门镇龙拔塘村,定安冷泉青梅粽子厂老板黄月飞正忙着和工人一起打包刚刚晾好的粽子。十多分钟后,300多个粽子就被分装入袋,装上货车。她抱歉地向海南日报记者摆摆手,“你再等我一下,我要赶紧将粽子送去车站,这批客户要得急。”

虽然已过旺季,但黄月飞的粽子每周还能收到近1000个粽子订单。这样的销量让不少人以为这是个经营多年的老品牌,事实上,它今年5月底才正式建成投用。

在定安,还有不少粽企如同冷泉青梅粽子厂一样,在“定安粽子”品牌的推动下迅速成长,逐步壮大。根据

擦亮招牌销路宽

“多亏政府为我们打响了品牌,拓宽了销路。”黄月飞说,近年来“定安粽子”这块金字招牌越擦越亮,自己就是实实在在的受益人。

作为一名地道的定安人,黄月飞与粽子打交道近30年。粽子制作技术精湛的她曾多次作为指导老师到各地授课。看到近两年“定安粽子”在市场上越来越走俏,黄月飞也开起小作

坊。虽然其作坊品质好、口碑佳,但起初规模不大,订单不多,主要靠朋友相互介绍客源,生意并不好做。

转机发生在今年5月30日。

当天,作为2020海南(定安)端午美食文化节系列活动之一的“当文宗遇见青梅”定安粽品牌推介会,选择在冷泉青梅粽子厂所在的龙拔塘村举行。活动中,黄月飞家的“青梅粽”在

网络直播平台上一经亮相就备受追捧,订单不断。

“活动第二天,我不断接到电话,全都要跟我下订单。”黄月飞笑着回忆。更让她没有想到的是,从6月3日至23日,“青梅粽”销量达到6万多个,销售额高达90多万元。其中1万多个粽子通过电商渠道卖到北京。

黄月飞说,这是她第一次感受到“定安粽子”品牌的力量。跟随着品牌的浪潮,她清晰地看到,自家粽厂的命运正在发生改变。

“这就是定安文化软实力‘变现’最生动的体现!”在定安县粽子协会会长王沸健看来,定安粽子品牌的发展、影响力的壮大,离不开定安县委、县政府对粽子品牌文化的深耕和挖掘,对“讲好定安粽子故事”的创新和尝试。

以今年端午节为例,定安与海南日报报业集团联手策划制作创意竖版宣传片《琼剧说定安》美食专辑,用琼剧的演绎形式介绍定安美食,在社交

平台上的传播量超过100万;推出网红推介定安美食短视频《21天爱上定安》,全网点击率超过500万人次……这些都有效地提升了定安粽子的知名度和影响力。

此外,定安连续举办11届海南(定安)端午美食文化节,推出为期一个月的美食文化推广活动,以多种形式重点推荐本土粽子,在不断擦亮“定安粽子”这块“金字招牌”的同时,文化软实力“变现”的力量正逐步显现。

事实上,从定安粽子品牌,到母瑞山红色教育品牌、琼剧文化品牌……近年来,定安已经在多个领域创造出文化“变现”消费产业的定安模式。

“未来,定安还将不断解锁更多本土文化内涵,以‘文创+’概念来讲好定安故事,将越来越多丰富的文化资源转化为我们的城市发展核心竞争力。”定安县委宣传部负责人说。

平台上的传播量超过100万;推出网红推介定安美食短视频《21天爱上定安》,全网点击率超过500万人次……这些都有效地提升了定安粽子的知名度和影响力。

此外,定安连续举办11届海南(定安)端午美食文化节,推出为期一个月的美食文化推广活动,以多种形式重点推荐本土粽子,在不断擦亮“定安粽子”这块“金字招牌”的同时,文化软实力“变现”的力量正逐步显现。

事实上,从定安粽子品牌,到母瑞山红色教育品牌、琼剧文化品牌……近年来,定安已经在多个领域创造出文化“变现”消费产业的定安模式。

“未来,定安还将不断解锁更多本土文化内涵,以‘文创+’概念来讲好定安故事,将越来越多丰富的文化资源转化为我们的城市发展核心竞争力。”定安县委宣传部负责人说。

(本报定城9月26日电)