

厉行节约 反对浪费

长治市潞城区兴起适量点餐“新时尚”

本报长治9月6日讯(记者 冯毅松 通讯员 王鹏 段婷婷)引导顾客点餐、边角料创意做、推出“小份”菜品……近日,文明用餐的新风尚在长治市潞城区悄然兴起。今年以来,潞城区多家餐饮企业创新经营模式,想妙招出奇招,引导消费者文明用餐、减少浪费,积极倡导健康、卫生、节约的用餐方式,按需点餐、少量

多样,逐渐成为该区餐饮行业 and 消费者更节约、更划算、更丰富的“时尚”选择。

“您好,要是三个人的话,点四个菜已经差不多够了,如果不够的话咱一会儿再加可以吗?”“可以可以。”这是一段潞城区某饭店的服务员和消费者之间的对话。像这样的点餐对话交流情形,在该区一些饭

店酒店正在成为常态。在交流过程中,饭店服务员会和消费者沟通菜品和份量,推荐特色菜,提醒他们适量选择。除了提醒消费者“适量点”,同时还会推出店里的“小份菜”,深受消费者青睐。

提倡文明用餐、节约粮食是潞城区餐饮行业一直在做的事情。饭店坚持“源头”抓节约,从节省原材

料上下功夫,对原材料实行精细化管理,在进货、销售、库存环节进行管控,避免库存积压而导致的食材浪费。

时下,外卖正在成为一种新型的消费理念。潞城区的一些餐饮商户在美团外卖平台上推出了“半份半价菜”的规格销售,不仅满足了食客多样化点餐需求,还避免了浪费粮食。

临汾发布首批餐饮企业公勺公筷使用公约 数量应按就餐时最大客流量对应配备

本报临汾9月6日讯(实习记者 李京益)记者从省商务厅获悉,为进一步规范化、标准化配备餐饮业分餐用具,全面落实餐饮业公勺公筷使用规范标准,倡导文明、健康、安全用餐方式,日前,临汾市文明办、商务局、餐饮服务促进中心、名厨协会联合制定发布《临汾市首批餐饮企业公勺公筷使用公约》。

《公约》要求,公筷的外形尺寸

应明显区别于进餐筷,粗端宜印(烫)“公筷”字标识。各类餐饮企业应配置符合要求、数量充裕的公勺公筷及分餐夹,配备数量应按就餐时最大客流量对应配备。公勺公筷应置于专用架或盘上,与普通勺筷垂直摆放,或摆放在每一道菜食盛装器皿右侧小盘内,工作台设置公勺公筷分餐夹专用存放区域。餐饮企业应对服务人员加强公勺公筷使用培训。



沁县供电：开展“光盘行动” 拒绝餐饮浪费

本报长治9月6日讯(记者 王蕾 通讯员 张玉林)“一饭一菜来之不易,请大家吃多少,拿多少,拒绝浪费,将光盘行动进行到底。”9月2日早,沁县供电公司职工食堂服务员对正在打饭的员工说。这也是该公司多举措落实节约粮食理念,告别“舌尖上的浪费”的一个缩影。

近期,沁县供电公司开展了“厉行节约 反对浪费”专项行动,采取“线上+线下”模式坚决打赢节约粮食战。线上在

“沁供全员信息发布群”开展“节约粮食从我做起”活动,定期在群内发布中央省市关于节约粮食文章及短视频;线下向全体员工发放节约粮食倡议书,在食堂悬挂节约粮食宣传版面图片,设立专门的引导员,监督指导就餐人员适量就餐。同时创新推出半份、例份等规格,制作反对浪费粮食的视频在办公楼大厅循环播放,举办“光盘行动,从我做起”培训课,加强员工思想教育。据不完全统计,活动开展以来,该公司厨余垃圾已减少了近50%。

图片新闻

共青团闻喜县委：让节约成为青少年的自觉行动

9月6日,共青团闻喜县委书记宋斐为青少年讲“节约粮食”的主题团课。

该县团委把倡导节约、尊重劳动、拒绝铺张浪费作为头等重要工作来做,通过设立宣传咨询台、制作展板、印发倡议书和横幅等形式,组织团员青年进机关、进社区、入学校、入市场、到农村、到企业,向广大群众和青少年学生大力宣传“爱粮节粮、厉行节约”的重要性,倡导人们从自身做起,从小事做起,树立正确的思想理念,做勤俭节约的倡导者,科学合理用餐,做“光盘行动”的践行者,用点滴努力影响他人,在全社会营造“浪费可耻、节约为荣”的良好氛围。

本报记者 吕 游
通讯员 刘 佳 摄

我省品牌专家学者走进山西九牛牧业,就如何塑造品牌、创优品牌、建设品牌体系展开了一场头脑风暴 ——

“九牛”突围塑品牌 专家把脉献良策

本报实习记者 李京益

一线传真

“随着我们公司越做越大,品牌建设显得尤为重要,今天有这么多品牌专家学者上门为九牛牧业把脉问诊,实乃我们公司的幸事。”山西九牛牧业股份有限公司副总经理王宏伟脸上溢满了笑容。

8月31日一大早,淅淅沥沥的秋雨让空气中透着一丝微凉,来自山西省品牌协会、晋商品牌课题组的十余位专家学者怀揣着“融智创优 推塑品牌”的初心走进九牛牧业乳品加工厂和祁县九牛牧场,通过实地走访和召开研讨会,就企业在市场经济大浪淘沙、优胜劣汰的大环境下,如何塑造品牌、创优品牌、建设品牌体系展开了一场头脑风暴。

“九牛”品牌之路的“鲜战略”

在乳品加工厂生产线上,“全副武装”的作业人员正有条不紊地操作着生产设备,经过原奶验收、前处理及杀菌、发酵冷却、灌装入库、检验出库等一道道工序,一包包鲜奶经过装箱后运往各大商城、门店。

在祁县九牛牧场,两台酷似游乐场“大摆锤”的转盘很是吸睛,只见一头头黑白相间的奶牛在奶工为其套上挤奶杯组后,排着队走上转盘。“这是利拉伐72位转盘,转一圈需要8分半钟,该转盘可为72头奶牛同时挤奶。”该牧场负责人告诉记者。

作为以饲草种植、奶牛养殖、原奶加工、冷链配送、连锁直销为一体的国家农业产业化重点龙头企业,九牛牧业始终遵循“绿色、健康、安全、优质”的产品理念,成功研发了巴氏鲜奶,常

温奶、烘焙三大系列200多个品种,在全国率先推出24小时“当日鲜”。其中,鲜奶产品添补了我省市场巴氏鲜奶供应的空白,从挤奶、加工、出厂、运输到销售全程冷链配送储藏,实现2小时从牧场直供社区,保证广大消费者能喝到新鲜、安全、高品质的鲜奶。

“要想在众多乳品企业中突出重围,不仅要做好产品,还要关注消费者的反馈。”

“这么好的硬件设施,这么好的产品,要寻找适合产品营销理念的KOL(关键意见领袖),通过KOL讲好九牛牧业品牌故事。”……

“鲜”进的生产技术和设备,鲜活的进口奶牛、鲜美的草场饲料、入口醇香的鲜奶……九牛牧业主打的“鲜战略”,品牌专家们看在眼里,尝在口中,九牛牧业怎样才能走出属于自己的品牌之路,更是计上心头。

让“奶瓶子”“飞进”千家万户

为了帮助九牛牧业塑造家喻户晓的本土品牌,让其产品成为百姓餐桌上名副其实的“奶瓶子”,当天下午召开的研讨会上,品牌专家们从不同角度毫无保留地对九牛牧业品牌塑造、运用、传播给出了针对性意见和建议。

省政协智库专家、省农业厅原副厅长董希德从发展理念、产品质量、贴心服务等多个方面为九牛牧业竖起了大拇指。他说,好品行是塑造好品牌的基础,九牛牧业多年来用工匠精神苛精做好每一杯牛奶,是真正的本土良心企业。但有好的产品还不够,只有加大宣传才能让九牛牧业的奶产品“飞进”千家万户,从而真正塑造九牛牧业的品牌。

山西资深实战派品牌专家郭守祥认为,九牛牧业只有深耕心智营销方能走出破局之路。他表示,要把经营产品和经营客户两手抓,首先要寻找产品与消费者心智认知的共鸣点,然后在可以刺激消费者认知兴奋点上做文章,更重要的是,在与对手产品对比基础上,下功夫挖掘产品亮点,并不断放大亮点,打造独树一帜的品牌文化。

晋商品牌课题组副组长贾云智以“疫考之后的九牛线上突围策略”为主题,分三个板块进行了阐述。“一是要根据客群导向进行品牌重塑,传播时尚化、年轻化、娱乐化话题。二是要在九牛客群中找到KOL,打造KOL+短视频+社群营销的新零售战术。三是依托省品牌协会的力量,邀请专业团队合作赋能落地,立足百场千店抢占省城乳业市场。”贾云智如是说。

晋商品牌课题组副组长陈红军围绕“知识产权是企业发展的守护神”,从知识产权的创造、运用、管理角度阐述了企业品牌如何产生溢价能力。他说,创造要善于发现,勿以细节而不为;运用要整体制定知识产权战略,有的放矢;管理要及时跟踪前沿技术,利用时间差把稳时机。

晋商品牌课题组秘书长郭志亮就“精抓细管提升产品质量,实现品牌升级”进行了分享,他认为,一是要进一步细化、量化、具体化工艺标准,使高标准看得见。二是把企业文化理念体现在设计中,做出有自身特色的一套文化价值。三是精细管理,借鉴参考相近行业品牌的经验和教训。

做企业塑造品牌的“贴心人”

“我宣布,中国著名品牌专家赵加

积任山西省品牌协会专家委员会主任委员……”

研讨会期间,还有一场重头戏,那就是山西省品牌协会专家委员会成立授牌仪式。

山西省品牌协会会长邢尚新表示,品牌协会专家委员会的设立,将高度引领和指挥品牌协会全行业发展方向,要发扬团结互助、合作共赢的精神,加强沟通、联络情感、树立信用、打造品牌,从而构建朋友共同体、品牌共同体、连锁共同体、利益共同体、命运共同体。

赵加积现场介绍了品牌协会专家委员会的工作任务与目标。他提出,品牌专家委员会的运营要“整体创意 分步推进”,稳步实施山西品牌的“六个一”发展战略。即制定一个《山西品牌强省实施方案》、推荐一批《山西标志品牌案例》、召开一次“品山西 品中国”论坛、举办一期《三晋品牌培训班》、编制一本《山西品牌大型集锦》、组织一次“山西品牌大市调”活动。

如果说品牌专家献上的一条条锦囊妙计是“仙人指路”,那品牌协会专家委员会的成立,无疑让企业在塑造品牌过程中多了一群“贴心人”。

“今天的研讨会让我有一种拨云见日的感觉,专家们的建议我们将在会后召开董事会认真研究学习。我们有信心继续精心打造国内低温奶行业的领军企业,力争进入全国乳业20强,成为国内更有影响力、竞争力的乳业品牌。”王宏伟说。

短短两个多小时的研讨会不知不觉进入了尾声,然而山西省品牌协会助力企业更好地培植品牌、创建品牌、支撑品牌之路却没有终点。

为了在抓项目、促转型上见实效

我省将开展重点发展产业小分队精准对接行动

本报太原9月6日讯(实习记者 李京益)记者日前从省投资促进局获悉,为了在抓项目、促转型上见实效,省投资促进局将组织开展重点发展产业小分队精准对接行动。

据了解,省投资促进局组织大数据融合创新产业招商小分队、信息技术应用创新产业招商小分队等重点发展产业专业招商小分队,即日起将围绕重点打造的14个战略性新兴产业集群、农产品精深加工十大产业集群、文旅三大板块、三大创新工程等,以“建链、延链、补链、强链、提链”为重点,紧盯产业链上下游,开展精准对接招商活动。

在具体招商活动中,各小分队将针对各产业领域国内优势企业开展研究分析筛选,确定重点对接目标企业,开展重点拜访洽谈,着力引进一批产业链长、附加值高、带动性强的产业项目和专精特新配套项目。预计总体完成对接联系各类企业和机构1000家,完成项目合作协议1000亿元以上。

小分队还将围绕山西籍“两院院士”“国家高层次人才”“国家杰出青年科学基金”“长江学者”等国家级高层次人才、行业知名人士和百强企业高管等晋籍人才进行联络拜访,对接联系1000人以上,争取引进一批企业技术中心、重点实验室、工程技术研究中心和企业研究院等高水平项目。

为深入推进“游山西·读历史”活动

山西旅游标准化水平培训班举办

本报大同9月6日讯(记者 栗美霞)为深入推进“游山西·读历史”活动,贯彻落实“六字要诀”,加大国家标准、行业标准和地方标准的宣贯实施力度,充分发挥标准化示范引领作用,山西省旅游标准化技术委员会于9月2日-3日在大同市组织举办“游山西·读历史”全面贯彻“六字要诀”提升山西旅游标准化水平培训班。大同市、朔州市及县(区)文旅局、涉旅企业负责人共计100余人参加培训。

此次培训根据参训人员不同岗位需求,省旅标委聘请了省内外标准化方面的权威专家从“六字要诀”逐项标准化、涉旅企业标准体系建设、提升标准化的认知与行动、“游山西·读历史”现场教学等方面有针对性地对学员进行培训提升。

为了突出此次培训的针对性和有效性,本次培训采取专家授课、现场教学、交流研讨等方式进行,课程精心设计,内容紧贴深入推进“游山西·读历史”活动。本次培训和在全省各地的系列标准化培训,将进一步推动全省旅游标准化工作的进程,加大国家标准、行业标准和地方旅游标准的宣贯实施力度,充分发挥标准化示范引领作用。

(上接第1版)

项目启动以来,长治市供销社筹资4000余万元,从投放、积分、清运、处理四个环节入手,应用现代科技手段,建立了实现引导垃圾分类、可回收物回收、平台信息调度和基地加工再利用一体发展的绿色智慧再生资源回收体系。自主研发的扫码投放垃圾机和再生资源便民回收屋,提高了居民垃圾分类参与度和投放准确度。扫码投放垃圾机还兼具便民服务信息查询和播放公益广告等功能。他们开发的“供销万家”APP平台可实现手机与“积分卡”的绑定,享受“线上供销社商城积分兑换”和“线下供销合作网点商品兑换”等服务;自主开发的“垃圾分类数字化管理平台”,掌握垃圾种类、数量及所需车辆信息。再生资源分拣中心则承担起全市再生资源的回收、分拣和加工任务,重点对纸张类、玻璃类、衣物类、金属类、家电类等进行打包处理,对塑料类物品实行全封闭、无污染、零排放、订单式加工处理,提高了再生资源的利用价值。

目前智能回收设备已推广到长治33个居民小区、11家学校和医院,再生资源回收也升级成为一个智能、高效、可溯源、可持续的产业闭环。

旧家电有新去处

8月27日,以“科普、环保、公益”为主题,阳泉市供销社直属企业天元集团主办的天元家电巡展活动开展。

活动现场分老家电、智能家电、新能源车三个展区,让大家了解废旧家电的潜在风险、随意处置废旧家电给环境带来的危害,鼓励引导市民将家中废旧电器送到正规拆解中心处置。很多市民表示,家里的旧电器一直不知道如何处理,卖了废品也不值钱,现在把旧家电交给天元我放心。

据了解,2011到2020年,天元集团废旧电器拆解中心共处置废旧家电660万台,收集危险废物1.6万吨,处置废塑料2.4万吨、有色金属1万吨,成为全市再生资源回收利用的主渠道。

……

乡村村容村貌、卫生文化建设,不是一朝一夕的事情,必须年年讲、月月讲、时时做。城市的垃圾分类、资源回收利用因为体量大也同样重要。8月底,省财政下达农村“厕所革命”中央财政奖补资金13914万元,可见,在不同的卫生层面,无论是收运垃圾、资源再利用,还是农村厕所的改造,都是为了环境更美好,都是为了做好绿水青山的基础工作。从这个角度看,无论在城市还是在乡村,我们都应该保护环境从自己做起,努力做好垃圾分类回收,促进再生资源产业循环,让山西的环境更美人气更旺。



图为榆次区庄子乡西坞村的专用垃圾清运车在收取村民的垃圾。 本报首席记者 崔晓农 摄