

城管贴单, 还有一些市民不适应

如何贴街巷违停告知单? 各区域管陆续培训

今年5月10日起, 南京街巷违停贴单权正式移交城管部门。最近, 各区域管队员都在培训如何贴单。比如要明确哪些路段禁停, 如何拍照取证等等。

昨天, 鼓楼区交警六大队组织辖区内6个街道的城管队员进行培训。城管队员坦言, 城管贴单市民接受度还不高。

现代快报记者 赵丹丹/文
李雨泽/摄



交警培训城管拍照取证

贴单一段时间, 城管队员有不少疑问

昨天, 在鼓楼区交警六大队的会议室, 交警董小虎给城管队员们讲解, 到底什么样的行为属于违停。

董小虎介绍, 有禁停标志、标线的路段不允许停车。另外, 公共汽车站、急救站、加油站、消防栓或消防队门前及距离上述地点30米内的路段, 除使用这些设施外, 都不许停车。此外, 逆向停放、垂直停放、双排停放的车辆, 都属于违停。“如果贴单时车主赶到现场, 一般是进行劝导, 让其开走, 不贴单。”他表示。

通过这一段时间的贴单, 城管队员们有不少疑问。“有的车之前被贴过单, 不撕单子又到另一个路段违停, 这种情况该怎么处理?” 鼓楼

区域管行政执法大队热河南路城管中队的副中队长高舟提出问题。董小虎说, 如果发现违停车辆已经贴过单, 要核对车上的单子是否为同一天, 同一路段, 如果不符合, 就是车主想用原来的告知单蒙混过关。可以再进行违停处罚。他也提醒城管队员, 如果该车没有挪动过, 车身上一直是这张违停告知单, 这种情况只能处罚一次, 不能重贴。“如果违停时间超过24小时, 可以对该车进行清拖。”他表示。

如何取证? 车牌必须拍清楚

除了理论课, 昨天董小虎还给城管队员们上了一堂实践课。

在四平路上, 一辆福克斯停在车位上, 但车头明显和其他车朝向

不同。“这样的逆向停车, 很容易被忽视, 它也属于违停。”董小虎说。

如何拍照取证呢? 城管队员们提出问题。董小虎表示, 一般用抓拍通取证, 要拍摄两张照片, 一张照片是从车辆的左前侧拍摄, 照片中要能确认驾驶人不在车内, 以及车辆左侧门玻璃上已贴上告知单; 第二张照片为车辆全景图, 要将车号牌清晰地拍摄进去。说着, 他拿起抓拍通进行示范。“车牌不清楚, 车内有人、无背景参照物, 都属于不规范的取证行为, 到后台审片时无法生效。”他强调。

“城管贴单, 目前市民接受度还不高”

城管开始对街巷违停贴单, 昨天, 不少城管队员坦言, 从目前他们贴单情况来看, 市民接受度还不高。

宝塔桥街道城管中队队员杨欣波表示, 之前贴单时就碰到过市民直接撕了单子, 还有人拿着告知单来城管中队询问。此外, 城管也存在人手不足问题。除了整治街巷违停, 城管还有拆违、整治占道经营等很多其他的工作, 现在多是城管在巡查中发现违停, 进行贴单告知。

杨欣波还说, 贴单过程中他们也发现一些道路违停标志、标线不太清楚的情况, 他们也告知了交警部门。据了解, 交警中队已与城管中队对接, 除了集中培训外, 以后城管队员在街巷违停执法中有任何问题, 交警可随时进行指导。

30多家“南京老字号”通过认定 年内将重新挂牌

快报讯(记者 张瑜) 南京的老字号很多, 蒋有记、绿柳居、韩复兴……都是大家耳熟能详的。街头还有不少店自称“老字号”, 但是否正宗就不知道了。为此, 南京从去年开始启动“南京老字号”的官方认证, 并首次实行“年审”制度, 每两年年审一次。昨天, 现代快报记者从南京市老字号协会获悉, 68家提出申请的“老字号”中, 有30多家通过评审, 近期将对社会公示, 并对这些“老字号”挂牌, 未能通过年审的则不允许再挂“老字号”的标牌。

昨天, 秦淮区老门东“中华老字号”品牌消费集聚区正式挂牌, 这也是南京三个品牌消费集聚区创建联系点之一。老门东从去年9月开业至今, 引进“老字号”和品牌企业18家。秦淮区相关负责人表示, 现有规模还不够大, 将加快推进。南京市老字号协会秘书长唐亦飞说: “专门设立‘中华老字号’品牌消费集聚区, 对我们老字号的发展、保护都是意义重大。”

唐亦飞介绍, 商务部曾做过两届“中华老字号”的授牌, 南京有20家被授牌“中华老字号”。如

今有很多店铺和企业自称“老字号”, 市民或外地游客搞不清楚。为此, 南京市老字号协会从去年开始启动了“南京老字号”的认证工作, 而且要实行“年审”制度, 每两年年审一次, 通过评审的才能挂牌“南京老字号”。据了解, 去年南京有68家老字号申报评审, 包括白敬宇、马祥兴、精益眼镜等。

“我们在档案馆查了很多资料。解放前后, 南京的老字号大概有几千家, 不过后来很多都消失了。”唐亦飞说, 这次他们对南京的老字号进行梳理, 并明确了老字号的认定标准: 比如, 商号、商标或品牌创立达50年及以上, 要发源于南京、具有南京特色等。如果中间曾经中断过, 累计经营时间至少要超过30年。唐亦飞介绍, 到现在为止, 南京老字号评审认定的前期工作基本完成, 近期将向社会公示。

“30多家南京老字号通过了评审, 在公示过后, 这些老字号将统一挂牌、统一标识。”唐亦飞介绍, 如同仁堂、绿柳居等都在其中。也有些原本自称“老字号”的未被认定。

舌尖2的启示: 既要美食更要健康

960万平方公里的神州大地, 孕育着千姿百态的美味, 养育着一代又一代人。《舌尖上的中国》就地取材, 旁白与画面糅合, 将中国的饮食文化娓娓道来, 受到了很多人的追捧。“吃”在中国是一门艺术, 油腻、辛辣的食物在享受的同时讲究一个平衡, 合理膳食才能将吃到的美味平衡地转化为身体需要的各种营养元素。

《舌尖上的中国》第二季首播的时候力压众多电视节目, 拿下4月份第3周黄金档电视节目的收视冠军, 并且成功刷新了纪录片首。但取得如此骄人的成绩并不是偶然的。首先, 它巧妙地选择美食作为讲述中国故事的窗口, 挑动了我们想去“饕餮”一番的欲望; 此外, 《舌尖上的中国》第二季的宣传造势也极其成功。相对于第一季, 第二季触碰更多社会层面内容, 叙述风格也更加“有个性”, 描绘了当代中国人在时代变迁下的悲欢离合。

在《舌尖上的中国》第二季中出现的美食, 个个算得上经典, 颇具特色。在中国的八大菜系中, 川菜的名声一直传扬四海, 而提到川菜, 必然想到“回锅肉”。作为四川名菜, 回锅肉的做法却不一, 个中滋味有所差异, 但总的来说口味独特, 味道上佳。“蒜泥白肉”也属川菜, 但同样以猪肉为食材, 相对于回锅肉, 蒜泥白肉除了鲜香、肥美之外, 辣味更胜一筹。爱吃肉的人对这两道菜总会念念不忘, 但中国饮食文化讲究“平衡膳食”荤素搭配、阴阳调和。比如有红烧肉的饭桌上, 都会配上解腻的上海青、小油菜或者凉拌个豇豆角、黄瓜。四川最辣的“水煮鱼”, 湖南最辣的“剁椒鱼头”, 一般都搭配黄豆芽、黄瓜吃, 既解辣又清火。另外还有莲子汤, 莲子不仅富含多种营养素, 更有清心泻火的作用。患有便秘的人在吃水煮鱼时, 最好多喝菊花茶、绿茶, 或多吃萝卜。

现在, 不仅仅是四川人爱吃辣, 川菜、湘菜等已经成为全国很多人们的大爱。辛辣、油腻的食物可以吃,

但要有节制, 不同的地区有特色的饮食, 甚至常年食用也不会出问题, 有一定的道理在里面, 包括夏季吃冷饮、吹风, 不同的人耐受度也不一样。因为食用辛辣、油腻、生冷食物, 甚至吹风而引发的腹泻是我们日常生活中较为常见的病症。对于同样的病症, 不同的人也有不同的治疗方法, 有的喜欢用食疗来止泻, 有的甚至无为而治。但如果有较为严重的腹泻, 还是要进行药物治疗, 而且正确用药更关键。

据调查, 在腹泻人群中出现吃错药的情况屡见不鲜, 而错误服用药物的情况多发生在抗生素上。根据有效数据显示, 我国70%以上的腹泻人群不需要服用抗生素。一方面大量临床资料显示, 各种抗生素均在应用若干年后, 疗效逐步下降, 使包括腹泻在内的多种疾病的治疗变得困难。滥用抗生素还可能致耐药菌株不断增多, 使肠道原有的菌群协调平衡关系被打破。另一方面抗生素类药物并不对所有的腹泻症状起效。常见的由于食用辛辣、油腻、生冷食物, 吹着凉风引发的腹泻不是由细菌感染引起的, 此种情况, 应选用康恩贝肠炎宁这类中草药进行止泻。

同样是可以吃到嘴里的东西, 吃饭和吃药都需要注意安全。舌尖上的安全, 关键的时刻要讲究。



《中国面孔》揭露职业笑存健康隐患

——爱玛用真诚造品牌, 服务真正领先

5月22日播出的爱玛电动车《中国面孔》针对表情进行了深度解码, 节目中姜振宇教授详细解读了职业笑容体易患心血管疾病的原因。才女蒋方舟一句“与其职业的微笑, 不如用真诚和善良提供服务。”的感叹, 更是引发无数服务行业人员的共鸣。

职业笑不舒服且易引发心血管疾病 明星专家共同抵制

节目观察团嘉宾——中国政法大学微反应研究小组组长、中国心理应激微反应测试研究第一人姜振

宇教授在节目中提到: “真笑有两个特点, 一是眼睛小、嘴大, 二是上牙露得多、下牙露得少, 而有些通过咬筷子等方式训练出的微笑上下牙齿都露, 眼睛保持不动, 嘴裂的倍儿大, 一看就特别假。”他表示, 职业化微笑不但对健康, 而且缺乏真诚。

随着生活压力的加大, 很多人在工作中不得不控制自己的情绪, 强颜欢笑, 殊不知长期的职业化微笑会抑制正常的生理反应发生。假笑非但不轻松, 还对健康有害。据节目介绍, 一项针对4000名售货员

和空乘的调查研究表明, 假笑会使人的情绪特别沮丧, 导致心理压力过大。

爱玛用真诚造品牌, 服务真正领先

爱玛科技一直贯彻“爱就马上行动”的主题思想, 为广大爱玛客户持续提供国家星级标准服务, 让每一位客户从内心深处体会感动!



选择内心深处的出色 东风标致308邀您一同“行走”

5月28日, 由陈坤发起的“行走的力量2014”大型公益活动即将正式启动。“挥别高原, 循着西北风情, 前往沙漠戈壁, 看大漠孤烟直, 观长河落日圆。行走, 只要开始就不会结束。”作为“308乐行动”第三季的重要活动之一, “行走的力量”将与东风标致308搭档, 联合上演一场纯粹的“选择出色”之旅。

“行走的力量”是由陈坤发起的心灵公益项目, 自2011年创办以来, 已成功举办了三届。活动旨在号召人们通过最本能的行走, 在行走中安静下来, 与自己的内心对话, 获取正面的内心能量, 并将正能量传播给他人。此次, 308与“行走的力

量”完美搭档, “在路上”的308不仅以风尚示人, 更展示出从内心追求

的“出色”品质, 并将与“行走的力量”一起, 持续传递正能量。本次由东风标致308参与其中的“行走的力量2014”将在5月28日启动信息发布会, 之后的6月1日—7月1日举办“出色行者”选拔大赛, 被选中者将有机会参加“308乐行动”第三季, 与“中国绅士”陈坤和风尚品质中级车308一同, 行走最真挚淳朴的大自然之中探索、感悟, 完成一段难忘的心灵之旅。

传承东风标致“8时代”安全方面的优良传统, 308全系沿用1600兆帕超高强度车身材质, 2.0L车型标

配ESP电子稳定系统, 并配有前排侧气囊以及贯穿前后式侧气帘, 可从容面对旅途中的一切意外。再加上更人性化的座舱舒适度, 及增加至27度的躯干调节角度, 都为驾乘者带来更趋完美的乘坐体验。

5月初的草莓音乐节已正式拉开“308乐行动”第三季的序幕, 随之而来的则是与其完全不同“静心之旅”。308乐行动“行走的力量”, 以静心行走带您“静享”出色品质, 虽方式不同, 但追求风尚品质的宗旨却完全相符。



TripAdvisor到到网公布 中国旅行者最喜爱的商品品牌

近日, 全球最大的旅游网站TripAdvisor到到网公布了“中国旅行者最喜爱的品牌”排名。这次是“旅行者之选—最喜爱的品牌”活动首次在中国地区举行, 问卷的内容更贴合中国旅行者的出行习惯。“旅行者

之选—最喜爱的品牌”活动旨在探索发现旅行者在日常的旅行生活中最常使用的商品种类和品牌, 并对这些获选的品牌授予TripAdvisor“旅行者之选”的荣誉称号, 给更多的旅行者们做一个购买之前的

参考。此次调研内容从中国旅行者出行时喜爱使用的登山包和防晒霜品牌到中国旅行者出境旅游时最喜爱使用的银行和信用卡, 一共包含了16个商品种类, 全部由到到网用户真实匿名投票得出。包括中国银行、中国银联、佳能、飞利浦等众多知名企业入榜。