

## 部分餐饮企业机关单位率先响应行动宣言

## 发放海报 推行分餐制 控制用餐量

□本报记者 韩丽平 刘瑞  
生活报记者 张立

“厉行节约,从我做起!”“从今天起,我要加入光盘行动。”13日,省文明办、黑龙江日报报业集团生活报、省商务厅、省餐饮烹饪行业协会、省饭店协会联合发出“拒绝餐饮浪费”龙江行动宣言后,引起社会各界的共鸣,一些市民、餐饮企业和企事业单位率先行动,拒绝餐饮浪费,传递龙江餐桌文明!

“看到拒绝餐饮浪费的龙江行动宣言,我很振奋,作为龙江人,我们理应做出表率,而且现在我身边很多人都习惯餐后打包了。”哈尔滨理工大学教师曲毅民一早致本报热线,表达了积极加入龙江行动宣言的想法,更愿意带动身边人一起传递龙江文明。

哈尔滨新区平房片区市场监督管理部门通过监管工作群,向辖区餐饮单位、企事业单位食堂、学校及托幼机构食堂、养老机构食堂等单位转发了拒绝餐饮浪费的龙江行动宣言,要求各餐饮单位对用餐顾客、就餐员工等进行有效引导,避免食物浪费。现场工作人员告诉记者:“该区已经印制宣传海报,要求监管人员对餐饮服务单位逐户发放、逐家指导,让餐饮单位在现场明显处张贴海报,并引导用餐顾客点菜要适量、剩余打包带回家;各类食堂及自助餐餐厅,主动要求用餐人员加入光盘行动、适量取食、不随便剩饭、推行分餐制,控制用餐量。”

“您好,剩餐请打包带走。”“您少点

些菜,不够再添,别浪费。”当日,哈尔滨市一些餐饮企业成为龙江行动宣言的首批积极响应者。蓬莱食府总经理吴秋明告诉记者,看到报纸刊发的龙江行动宣言,作为餐饮企业应该义不容辞地去落实,去行动。“一早我就与后厨商量,临时调整菜品量,推小盘菜,优惠菜,给顾客一些优惠,减少浪费。”

这两天,哈尔滨市平房区市场监督管理局餐饮监督管理科副科长杨媛绥格外忙碌,和同事们到区内的各大餐饮饭店发放拒绝“舌尖上的浪费”的倡议海报、“文明餐桌,光盘行动”桌牌等宣传资料,并在现场指导餐厅服务员主动引导用餐顾客点餐打餐要适量,避免浪费食物。

杨媛绥说,下一步她们将持续做好“文明餐桌光盘行动”,将拒绝“舌尖上的浪费”和“公筷行动”有机结合,引导百姓做厉行节约、文明餐桌的参与者、践行者、传播者。

13日,记者走访一些餐饮企业时发现,哈尔滨市不少餐厅在食客点餐时,服务员会主动提醒量已足够,并在醒目位置摆放“节约光荣”“节俭惜福”等温馨提醒,有的餐厅早已推出刚好够吃的“套餐”“小份菜”,食客用完餐后的打包意识也已深入人心。

位于中央大街的马迭尔西餐厅内,不少顾客在就餐。记者一进门就看到印有“光盘行动”的海报张贴在醒目位置,文明用餐牌更是随处可见。“您点的主菜和罐菜都是肉菜,两位用餐可能会吃不了,可以换一个素菜试试。”“那就换一个



服务员建议顾客适量点餐。

本报记者 荆天旭摄

素素吧,避免浪费。”这是记者在餐厅里听到服务员与顾客的一段对话。

马迭尔西餐厅高级职员王亚男介绍,西餐厅的餐食多为一人份,通常几个客人就会点几份,但为更好践行“光盘行动”,餐厅专门推出了合理化点餐提醒,当顾客点餐过多或荤菜过多时,他们都会及时提醒。一旦顾客用餐完毕菜品剩余过多,他们也会主动询问是否打包。“不仅如此,我们还在马迭尔中餐厅——百年食府推出了小份菜和套餐,根据顾

客用餐人数合理推荐套餐。”王亚男说。

随后,记者又来到道里区透笼街48号喜家德水饺连锁餐厅索非亚店,走进餐厅时正看到服务人员为用完餐的顾客提供打包服务。环顾四周,餐厅的每个餐位上都放置了“浪费可耻、节约为荣”“公勺公筷、光盘行动”等宣传标牌。餐厅服务人员说:“我们一般会根据客人的数量,推行‘N-1’点餐模式,比如4人用餐,就推荐点三个菜,在确保顾客吃好的同时,杜绝餐饮浪费。”

## “光盘侠”挺多但仍有“剩宴”

(上接第一版)在南岗区另一家融合餐厅,记者发现两位女士餐后起身争着结账,结完账直接走出餐厅。服务员告诉记者:“她们是其中一人请客,为了荤素搭配两人点了4道菜,其实女士们饭量比较小,而且一直在谈事情没吃多少,剩了很多。结账时,我们提示可以打包,买单的女士直接回答‘不用了’。”

记者在走访工厂街一家中餐馆时发现同样事例,小沈阳同事在该店吃工作餐,本来两人点两碗饭和一盘菜正好够吃,但觉得

只点一盘菜有点少,于是点了两盘菜,最后两人只吃了每盘菜的一半,由于下午两人都有工作,也没有打包就结账走了。

各种宴会剩菜多  
鸡鸭鱼肉还剩大半就扔了

走访中,一些餐饮经营场所经营者也向记者反映,其实现在很多市民已经养成“餐后打包”的光盘习惯,最浪费的其实是婚宴、寿宴、生日宴及企业年会等宴会套餐。人们常常在宴会中推杯换

盏,却很少吃菜,剩的就会比较多。而这样的宴会也往往没人打包,鸡鸭鱼肉还剩大半就扔了,造成大量餐厨垃圾。

位于道里区的某中餐酒楼服务员向记者介绍,餐厅的大宴会厅经常接各种宴会,几乎每场宴会都会剩下大量菜品,造成浪费。

深圳客感叹菜码大  
希望提供小盘菜

13日下午,记者在中央大街一家东

北菜馆看到,来自深圳的马先生带着家人来冰城避暑旅游,想尝尝东北的“大碗菜”,于是来到该店尝鲜。但马先生一家觉得东北的“大碗菜”太大了,四个人点两道菜品类少,再点两道真心吃不下。

马先生介绍:“东北1盘菜可以抵南方菜3盘,由于一家人想多品尝几道东北菜,于是最后点了4盘菜,但剩了几乎一半,由于还要赶路,没有地方再热菜,所以只好放弃打包,但真心觉得很浪费,建议今后能提供小盘菜。”

## 齐齐哈尔 河湖清四乱拆700处违建

本报讯(记者姚建平)为进一步做好嫩江流域沿江景观公园内“河湖四乱”清理工作,12日,齐齐哈尔市城管局、市水务局、市公安局等10多个相关部门200余名执法人员深入到嫩江洮园景区,对景区内乱占、乱采、乱堆、乱建等四乱问题再次进行集中清理,对景区内“烧烤一条街”剩余的近300处建(构)筑物进行全面拆除。至此,嫩江齐齐哈尔段洮园景区至橡胶坝浮桥河道旁的700多处违建全部拆除,多年的“老大难”问题终于得到解决。

齐齐哈尔市委、市政府深入贯彻落实省委、省政府部署,全力推进河湖长制“有名”到“有实”转变,按照省总河湖长1号令要求,全面清理整治乱占、乱采、乱堆、乱建及历史遗留问题等河湖管护突出问题,下决心对嫩江沿岸洮园景区开展环境整治和生态修复,拔除污染水质的“硬钉子”。

当天9时,200余名执法人员集结完毕,整装待发,铲车、消防、救护等车辆准备就绪,严格管控景区出入口,对违建内财物进行清点 and 留存影像、对于突发情况做到及时处置,为拆除违建工作稳定有序推进保驾护航。按照《洮园景区清河行动方案》总体部署,此次行动13个现场工作组各司其职,全面开展拆违治理工作。此次拆除违建北起体委小白楼,南至橡胶坝浮桥,共出动执法车辆45台,大型钩机6台、大型铲车4台、翻斗车10台。景区入口处的彩色集装箱板房被推倒,随后砖混



结构的烧烤房、烧烤长廊、栏杆灯柱、电线牌匾等违建被陆续拆除。到8月末,拆除违建垃圾将全面清理完毕。

沿江景观公园管护中心主任刘宇介绍,洮园景区“烧烤一条街”涉及业户和违法建筑物较多,存在许多历史遗留问题,业户在经营的过程中对河道、下水和江水造成污

染,对水源的保护造成不同程度的影响。

此次拆除违建行动集中力量利用一天时间全部拆除,随后将对拆机遗留的建筑垃圾及各类废物进行集中清运。

此次拆除违建行动加上7月6日开始的第一阶段清理的各类建筑物设施400余处、僵尸车船10余处,两次行动对沿江景

观公园北起嫩江大桥南至江心岛浮桥,全长10.42公里的景观公园范围内所有建筑物、构筑物、板房僵尸车船统一进行清理。截至8月12日,对嫩江沿岸洮园景区内700多处违章建筑已被全部拆除。

嫩江沿岸洮园景区内违章建筑拆除现场。 李尔宁摄

## 直播14岁生日会 熊猫思嘉当网红

□文/摄 周梦雪  
本报记者 马一梅 刘楠

心形红玫瑰,14层彩虹蛋糕,大气球……8月12日是亚布力熊猫馆熊猫思嘉的14岁生日,在疫情防控常态化条件下,为让更多游客和“熊猫粉”一解相思之苦,亚布力熊猫馆特别为思嘉办了一场线上线下同步进行的生日会,思嘉也首次当了一回主播。

10时38分,思嘉慵懒出现在镜头前。见惯大场面的“吃货”思嘉神情淡定,一屁股墩坐在玫瑰花旁边,一边欣赏着玫瑰花,一边啃着新鲜的竹子。在现场循环播放的《生日快乐》歌声中,来自全国各地的近千名“熊猫粉”热闹地拍照、合影,发朋友圈为熊猫思嘉庆生。

哨竹子间,思嘉突然来了一个“回眸杀”,让直播间蹲守的“熊猫粉”们“躁”了起来。“萌化了!”“再来一个!”“我们的‘大饼’最可爱!”直播间里,粉丝的赞场和祝福瞬间“刷屏”。

熊猫“奶爸”张全富介绍,思嘉今年的

生日会现场装饰以一年四季的标志为元素,寓意四季更迭,时间变幻,不变的是我们奶爸们对熊猫的爱。

为丰富“熊猫粉”们的参观体验,活动现场还特别设置了游戏互动和熊猫知识趣味问答环节。特意从北京赶来参加生日会的“熊猫粉”开心表示,“这次旅行真有意义,既能看到萌萌的熊猫,还能学到一些熊猫小知识。”

本次熊猫思嘉的生日会直播活动共持续3个小时,吸引了上千人次观看。亚布力熊猫馆馆长于腾蛟表示,今后还将新的平台上持续更新熊猫思嘉和佑佑的生活动态,并不定期举行网络直播,回馈大家对熊猫的喜爱。

大熊猫思嘉是“熊猫盼盼”的后代,于2006年8月12日出生于四川卧龙中国大熊猫保护研究中心,2016年7月5日来到亚布力熊猫馆。这是大熊猫在我国纬度最高、温度最低、区域最北生存的一次有益尝试。亚布力森林动物园的熊猫馆也因此成了我国最北熊猫馆。

## 产品走出去 品牌亮起来

“北大荒味道”  
飘向更远方□鲁宏杰 王亚光  
本报记者 姜斌

13日,首届北大荒绿博会暨北大荒·第二届中国农垦食材交易会在上海落下帷幕。3天时间里,北大荒品牌享誉申城,黑土珍品光耀浦江。“中国饭碗”里的“北大荒味道”成为上海农博会的亮点。展会给参展者带来满满收获的同时,也带来深深地思索:如何更好地让北大荒的优质农产品“走出去”,推动北大荒绿色食品抢占更大市场。

得天独厚的生态环境优势、自然气候优势和农业资源优势,构成了北大荒绿色食品的核心竞争力,从卖“原粮”到卖“产品”,也进行了很多努力,但“种强销弱、量大链短、质优价不优”困惑一直存在。这次北大荒集团以“北大荒绿色智慧厨房”为整体形象盛装参加上海农博会,以全新姿态展示“北大荒”品牌形象和魅力,并努力以占领上海乃至长三角市场为起点,让北大荒绿色智慧厨房榜单产品抢占更大市场。

## “北大荒味道”受中城追捧

12日,上海光大会展中心里热闹非凡,如同外面骄阳似火的天气一样,“北大荒味道”热度不减。

当天一大早,上海市民刘奶奶就来了。在北安分公司亲民有机酸菜的试吃台旁边,热气腾腾的正宗东北酸菜炖五花肉香气四溢,刘奶奶高兴地端起一碗细细品尝。刘奶奶告诉记者,今天就是奔着北大荒优质食材来的,这次要利用好家门口的便利条件,将家里的米、面、油都换成北大荒产品,还要多储备一些有机酸菜和山特产给孩子们吃。北大荒的食品绿色有机健康,吃起来特别放心,她全家都是北大荒的忠实粉丝。

在长水河粮油产品展区,记者看到工作人员正在为市民介绍有机面条,旁边展架上的产品逐渐稀少。市民张阿姨高兴地说:“我昨天已经买了一些,吃着特别好,今天又过来买一些。”粮油加工厂一位副总经理告诉记者:“我们这些产品都很受欢迎,两个系列8个单品都卖光了,就剩两包挂面。订单最多的是有机山药刀削面,光这一种产品的订单额就达到了10万元,已经和5家省内外企业签订了销售协议。”

那边网红“打卡”,这边带货“直播”。“我们的木耳有别于其它木耳,它是用刺五加做菌基培育出来的……”八五四农场副场长王旭手拿产品向客商介绍说。而在另一处八五四农场小谷稻展位前,分公司副总经理戴久龙介绍着小谷稻的营养价值和做法,打开手机给客商播放了小谷稻的生长过程,通过现场展示和推介,吸了不少“粉丝”。

九三分公司的“九三大豆”、冻干腐竹和“豆得儿”休闲豆干等产品一经亮相,便成为北大荒展位中一道靓丽的风景。“九三大豆”以其独有的品牌优势、品种优势得到了全国各地采购商和上海市民的广泛青睐。一时

“直播”。“我们的木耳有别于其它木耳,它是用刺五加做菌基培育出来的……”八五四农场副场长王旭手拿产品向客商介绍说。而在另一处八五四农场小谷稻展位前,分公司副总经理戴久龙介绍着小谷稻的营养价值和做法,打开手机给客商播放了小谷稻的生长过程,通过现场展示和推介,吸了不少“粉丝”。

九三分公司的“九三大豆”、冻干腐竹和“豆得儿”休闲豆干等产品一经亮相,便成为北大荒展位中一道靓丽的风景。“九三大豆”以其独有的品牌优势、品种优势得到了全国各地采购商和上海市民的广泛青睐。一时

“直播”。“我们的木耳有别于其它木耳,它是用刺五加做菌基培育出来的……”八五四农场副场长王旭手拿产品向客商介绍说。而在另一处八五四农场小谷稻展位前,分公司副总经理戴久龙介绍着小谷稻的营养价值和做法,打开手机给客商播放了小谷稻的生长过程,通过现场展示和推介,吸了不少“粉丝”。

九三分公司的“九三大豆”、冻干腐竹和“豆得儿”休闲豆干等产品一经亮相,便成为北大荒展位中一道靓丽的风景。“九三大豆”以其独有的品牌优势、品种优势得到了全国各地采购商和上海市民的广泛青睐。一时

“直播”。“我们的木耳有别于其它木耳,它是用刺五加做菌基培育出来的……”八五四农场副场长王旭手拿产品向客商介绍说。而在另一处八五四农场小谷稻展位前,分公司副总经理戴久龙介绍着小谷稻的营养价值和做法,打开手机给客商播放了小谷稻的生长过程,通过现场展示和推介,吸了不少“粉丝”。

九三分公司的“九三大豆”、冻干腐竹和“豆得儿”休闲豆干等产品一经亮相,便成为北大荒展位中一道靓丽的风景。“九三大豆”以其独有的品牌优势、品种优势得到了全国各地采购商和上海市民的广泛青睐。一时

“直播”。“我们的木耳有别于其它木耳,它是用刺五加做菌基培育出来的……”八五四农场副场长王旭手拿产品向客商介绍说。而在另一处八五四农场小谷稻展位前,分公司副总经理戴久龙介绍着小谷稻的营养价值和做法,打开手机给客商播放了小谷稻的生长过程,通过现场展示和推介,吸了不少“粉丝”。

九三分公司的“九三大豆”、冻干腐竹和“豆得儿”休闲豆干等产品一经亮相,便成为北大荒展位中一道靓丽的风景。“九三大豆”以其独有的品牌优势、品种优势得到了全国各地采购商和上海市民的广泛青睐。一时

“直播”。“我们的木耳有别于其它木耳,它是用刺五加做菌基培育出来的……”八五四农场副场长王旭手拿产品向客商介绍说。而在另一处八五四农场小谷稻展位前,分公司副总经理戴久龙介绍着小谷稻的营养价值和做法,打开手机给客商播放了小谷稻的生长过程,通过现场展示和推介,吸了不少“粉丝”。

九三分公司的“九三大豆”、冻干腐竹和“豆得儿”休闲豆干等产品一经亮相,便成为北大荒展位中一道靓丽的风景。“九三大豆”以其独有的品牌优势、品种优势得到了全国各地采购商和上海市民的广泛青睐。一时

“直播”。“我们的木耳有别于其它木耳,它是用刺五加做菌基培育出来的……”八五四农场副场长王旭手拿产品向客商介绍说。而在另一处八五四农场小谷稻展位前,分公司副总经理戴久龙介绍着小谷稻的营养价值和做法,打开手机给客商播放了小谷稻的生长过程,通过现场展示和推介,吸了不少“粉丝”。

九三分公司的“九三大豆”、冻干腐竹和“豆得儿”休闲豆干等产品一经亮相,便成为北大荒展位中一道靓丽的风景。“九三大豆”以其独有的品牌优势、品种优势得到了全国各地采购商和上海市民的广泛青睐。一时

“直播”。“我们的木耳有别于其它木耳,它是用刺五加做菌基培育出来的……”八五四农场副场长王旭手拿产品向客商介绍说。而在另一处八五四农场小谷稻展位前,分公司副总经理戴久龙介绍着小谷稻的营养价值和做法,打开手机给客商播放了小谷稻的生长过程,通过现场展示和推介,吸了不少“粉丝”。

九三分公司的“九三大豆”、冻干腐竹和“豆得儿”休闲豆干等产品一经亮相,便成为北大荒展位中一道靓丽的风景。“九三大豆”以其独有的品牌优势、品种优势得到了全国各地采购商和上海市民的广泛青睐。一时

“直播”。“我们的木耳有别于其它木耳,它是用刺五加做菌基培育出来的……”八五四农场副场长王旭手拿产品向客商介绍说。而在另一处八五四农场小谷稻展位前,分公司副总经理戴久龙介绍着小谷稻的营养价值和做法,打开手机给客商播放了小谷稻的生长过程,通过现场展示和推介,吸了不少“粉丝”。

九三分公司的“九三大豆”、冻干腐竹和“豆得儿”休闲豆干等产品一经亮相,便成为北大荒展位中一道靓丽的风景。“九三大豆”以其独有的品牌优势、品种优势得到了全国各地采购商和上海市民的广泛青睐。一时

“直播”。“我们的木耳有别于其它木耳,它是用刺五加做菌基培育出来的……”八五四农场副场长王旭手拿产品向客商介绍说。而在另一处八五四农场小谷稻展位前,分公司副总经理戴久龙介绍着小谷稻的营养价值和做法,打开手机给客商播放了小谷稻的生长过程,通过现场展示和推介,吸了不少“粉丝”。

九三分公司的“九三大豆”、冻干腐竹和“豆得儿”休闲豆干等产品一经亮相,便成为北大荒展位中一道靓丽的风景。“九三大豆”以其独有的品牌优势、品种优势得到了全国各地采购商和上海市民的广泛青睐。一时

“直播”。“我们的木耳有别于其它木耳,它是用刺五加做菌基培育出来的……”八五四农场副场长王旭手拿产品向客商介绍说。而在另一处八五四农场小谷稻展位前,分公司副总经理戴久龙介绍着小谷稻的营养价值和做法,打开手机给客商播放了小谷稻的生长过程,通过现场展示和推介,吸了不少“粉丝”。

九三分公司的“九三大豆”、冻干腐竹和“豆得儿”休闲豆干等产品一经亮相,便成为北大荒展位中一道靓丽的风景。“九三大豆”以其独有的品牌优势、品种优势得到了全国各地采购商和上海市民的广泛青睐。一时

“直播”。“我们的木耳有别于其它木耳,它是用刺五加做菌基培育出来的……”八五四农场副场长王旭手拿产品向客商介绍说。而在另一处八五四农场小谷稻展位前,分公司副总经理戴久龙介绍着小谷稻的营养价值和做法,打开手机给客商播放了小谷稻的生长过程,通过现场展示和推介,吸了不少“粉丝”。

间,前来洽谈、购买、咨询的客商络绎不绝。

展会上,每个展柜前都有络绎不绝的客商前来洽谈交流。宝泉岭分公司参展的三大传统品牌产品——北三峡白羽鸡、双汇肉制品和宝泉豆酱依然成为热卖的抢手货。在荣获布鲁塞尔国际烈性酒大赛金奖的龙门福地经典龙香白酒、黑龙江省名牌产品军川白酒的柜台前,时不时有客商拿起酒瓶,说起北大荒的记忆,赞誉这是北大荒黑土地酿造出的好酒。

## 市场竞争触角向更远方延伸

几天的展会,让北大荒参展企业“走出去”的积极性大增,很多企业利用这次来上海的机会加快“走出去”的步伐,更充分地推介自己。

宝泉岭分公司利用参展机会积极“走出去”,学习优秀企业在产品包装、品牌文化、营销创新等方面的成功经验,加快提升产品竞争力、品牌影响力。分公司参展企业分别与泰森中国、北京洲际优品商贸有限公司、上海嘉年华网络有限公司等达成合作,签约合同总金额超2.6亿元。北安分公司一行马不停蹄,在参展的同时积极与南京国际有机产品认证中心、南京数溪智能科技有限公司座谈;考察山姆会员店、Costco、盒马鲜生;与布瑞克(苏州)农业互联网股份有限公司签约;赴阿里总部考察。紧锣密鼓的行程,让北大荒参展者感慨:北大荒人要勇于走出去、善于走出去,只有这样才能让北大荒的品牌走出黑龙江、走出东北、走向全国、走向世界。

通过展会,北大荒人认识到必须强化营销、搭建平台,全面推进北大荒绿色智慧厨房建设,才能快速提高北大荒整体营销能力和水平。要发挥资源优势,不断延伸产业链条,认真研究各地消费习惯,改进产品包装,注重营销技巧,在稳住东北核心市场的基础上,把北大荒的品牌竞争触角逐步延伸到京津冀、长三角、大湾区和川渝等地区。

记者从北大荒集团了解到,目前该集团充分发挥品牌效应,营销工作收获阶段成效,形成了以品牌为支撑的营销工作新态势,但北大荒的品牌价值还没有完全转化为市场动能,北大荒品牌价值有效发挥的现状与集团的长远目标还有差距,北大荒的品牌维护、管控上还存在一些盲区。

在日前举行的北大荒品牌营销工作专题会议上,北大荒农垦集团有限公司(黑龙江省委组织部)党委副书记、副董事长、总经理杨宝龙提出,要深入学习,积极作为,进一步提高对北大荒发展战略的理解力、执行力、创新力,加强品牌建设,培育壮大“北大荒”品牌,强化营销、搭建平台,拓宽营销渠道,全面推进北大荒绿色智慧厨房建设,最大限度提高投入产出比,快速提高北大荒整体营销能力和水平,全力打造中国农业第一品牌。

只有拉紧市场的“手”,优质农产品“走出去”的步伐才能迈得更大。补齐“种强销弱”的短板,任重道远。

## 休息日也能做常规手术

## 哈医大二院实行“每周七日工作制”

本报讯(李华虹 方若冰 记者蒋平)家住哈市的李先生经检查发现胰腺肿瘤,需要尽快手术。而他入院时恰逢周五,以往医院周六周日只开展急诊手术,他需要等到周一才能做手术。近期哈医大二院实行的“每周七日工作制”,让他入院第二天便接受了胰十二指肠切除手术。

“疫情之前,病人需要排期择期手术,从入院到出院至少需要8天。7月份以来,临床医生可以随时提交手术申请了,我们能尽快为患者进行手术。”哈医大二院普外科一病房主任崔云甫教授说。

该院自7月1日在省内率先施行“每周七日工作制”以来,医院门诊量和手术量不断攀升。7月6日的工作日门诊量增加100%,休息日门诊量增加60%。目前,三个手术间已全部开始全天候、无假日运转,工作日每天开展约120台手术,休息日约50至60台手术,很多10小时以上的大型手术也可在休息日进行。

以往医院择期手术仅在周一至

周五进行,周六、周日只开急诊手术。全面复工复产以来,医院临床工作全部满负荷运行。门诊收治入院的患者,做完核酸检测及术前相关检查,为尽快安排择期手术做好前期准备。医院在增加择期手术日的基础上,还增加了日间手术量。所有手术类科室均开放了日间手术,肿瘤等慢性病相关科室开辟了化疗日间病房和门诊化疗。

随着疫情防控进入常态化阶段,为保障人民健康,加大医疗服务供给,该院推出一系列切实举措,不断加快床位周转速度,最大限度保障人民群众的就医需求和就医安全。医院负责人表示,医院在做好精准疫情防控工作的同时,多措并举,全力保障医疗新流程新秩序完善运行。未来医院还将在信息化建设、流程布局等方面做更多细致的调整,稳步有序推动全面恢复诊疗工作,积极应对各行业复工复产后的就医高峰,保障全省人民群众的健康需求。

## 全省高校青年教师教学大赛举行

本报讯(记者衣春翔)日前,第五届黑龙江省高校青年教师教学竞赛决赛在东北农业大学开幕,来自我省27所高校88位参赛选手同台竞技,选出优秀选手参加全国高校青年教师教学竞赛。

本次大赛由省教育厅、省教科文卫体工会主办,东北农业大学会承办,旨在造就一支品格高尚、业

务精湛、充满活力的高素质教师队伍,为龙江全面振兴全方位振兴发展培育更多优秀人才。竞赛由教学设计、课堂教学和教学反思三部分组成,要求参赛教师以详实的教学设计、丰富的教学内容和自然大方的教学仪态展现我省青年教师爱岗敬业、严谨治学、重视教学的态度和良好精神风貌。

