

招聘营销员

房产销售等有销售经验优先,大专以上学历,年龄25~40岁,男女不限,双休,试用三个月,交保险,转正月薪八千以上。
郑经理 15383978686

沧州公交集团——

打通群众出行“最后一公里”

本报记者 庞维双 本报通讯员 赵静 刘文环 摄影报道

“现在去明珠商贸城购物太方便了,坐公交车可以直达了。”日前,沧县大官厅乡的张女士坐上912路公交车,高兴地说道。

沧州公交集团紧紧围绕“两转两促三思考”活动要求,大力开展“我为群众办实事”实践活动,解决群众的出行问题。

近日,在“我为群众办实事”实践活动经验交流会暨“最美人物”先进事迹报告会上,沧州公交集团获评“最美”。

乘客的“贴心者”

沧州公交集团始终以群众需求为导向,不断优化线网布局,完善公共交通基础设施,打造便民化公交服务体系。

今年,沧州公交集团优化调整了528路、543路、31路、459路、903A路5条线路,早晚高峰时段通过潮汐式运营模式缩短间隔,减少乘客候车时间;积极发展定制公交特色服务,开通5条定制公交班线,发展“微循环”客运;推进智慧公交建设,提高智能公交电子站牌覆盖率,全面升级“沧州行”App,开发公交实时查询功能,让乘客实现“精准坐公交”,出行更便捷。

同时,该集团相继开通了明珠商厦至沧县大官厅、杜生的

912路、916路,南绕城公交站至沧县大白洋桥、张官屯的910路、918路等惠民线路,逐步搭建起城乡一体公交服务网络;推进沧州开发区公交枢纽站等场站建设,将进一步扩大公交线网辐射服务范围。

乘客的“暖心者”

沧州公交集团还先后建立了7个学雷锋志愿服务站,开展各种志愿服务。

进校园、进村庄、进社区,为群众打扫卫生、为孤寡老人送去慰问品。

到交通路口执勤,引导群众文明有序出行。

开展助学活动,为贫困孩子捐款捐物。

……今年,公交志愿者们开展了211次志愿服务活动,将爱心送到群众身边。

在这一过程中,沧州公交集团涌现出了一大批先进典型。疏导员夏海贞捡到一个背包后,辗转送还失主;19路车长提军及时救助一名昏迷女孩;22路车长丁文凯解救一名误入传销组织的湖北男子……

今年以来,沧州公交集团已收到锦旗60面,表扬感谢信、电话1266个。



公交志愿者帮助一名老人走下公交车。

乘客的“知心者”

11月7日降下暴雪后,沧州公交集团“以雪为令”,连夜启动应急预案。

沧州公交集团全体干部职工深入到一线,清理积雪;车长们提前到岗、准点发车……

到沧的高铁因雪情延误至次日3时50分,沧州公交集团安排车辆进行无缝对接,让凌晨出站的乘客顺利坐上公交车。

为了解决群众出行中最关心的问题,沧州公交集团从3月份开始,还组织开展了“集中汇民意 开门办公交”活动。截至目前,共收到乘客意见万余条,并

根据乘客意见对公交站点、车辆首末班时间以及运行间隔时间等进行相应调整,得到市民的广泛好评。

文明的“引导者”

“一年有三百六十五个日出,我送你三百六十五个祝福……”昨天上午,在31路公交车上,一名年轻女子将座位让给

了一名手提重物的老人。顿时,车厢内回荡起《365个祝福》的优美旋律。

据悉,这是沧州公交集团推出的“让座献歌”举措。每当有乘客让座时,公交车长都会为他们送上祝福的歌曲。

为充分发挥文明示范引领作用,沧州公交集团借助车体、车厢、车载电子设备、站台站亭、微信公众号等宣传平台,有声、有色、有形地宣传创建全国文明城市的相关内容。其间,沧州公交集团精心打造了“学党史”“创城”“大运河文化带建设”“敬老”等主题车厢。

同时,沧州公交集团还推行“首问您好”制度,开展微笑服务;完善站点配套服务设施,健全母婴室,打造残疾人无障碍服务设施。

温暖传递温暖,文明带动文明。现在,很多市民乘车时,不忘和车长说声“谢谢”;更多乘客当起了志愿者,互相让座,主动宣传文明知识,让十米车厢成为传播文明的“课堂”。

学党史 悟思想 办实事 开新局

我为群众办实事

分量少、价格贵,却看不出与普通产品有何差别——

儿童食品不“儿童”

本报记者 霍钢杰 摄影报道

“适合儿童口味”“专门为宝宝设计”……如今,越来越多的儿童食品出现在超市、商店里。很多家长给孩子买食品时,也更青睐冠以“儿童食品”字样的产品。

这些儿童食品究竟与普通食品有什么区别?为此,记者进行了探访。

很多家长青睐儿童食品

市民杨女士的女儿今年6岁。在她看来,大人吃的一些食品,并不适合孩子。因此,她特别关注儿童食品,平时会选择儿童面条、儿童酱油、儿童牛奶等专门为孩子生产的食品。

市民李先生表示,自己一家都很关心孩子的饮食健康,“前两天儿子想吃山楂片,我专门给他买了一款号称纯天然、0添加的儿童山楂片”。

记者发现,市民选择儿童食品的原因主要有三个:首先,认为儿童食品是为儿童量身打造的,营养价值比普通食品高;其次,其造型可爱、颜色丰富,更吸引孩子;第三,其单个包装分量较小,形状更容易抓握,更方便孩子食用。

儿童食品的营养价值是否真的更高?很多家长坦言,自己



一名市民选购儿童食品。

并不了解。市民李先生表示,自己并不太了解卖家声称的那些营养元素,更多的时候是买个安心。

标上“儿童”字样价格更贵

市民李先生所说的“价格更贵”现象,在标有“儿童”字样的食品中普遍存在。

在市区某大型超市,记者咨

询儿童牛奶的情况时,一名售货员热情地介绍说:“孩子喝的奶好消化、好吸收,营养成分比大人喝的奶更高。”

记者注意到,某品牌的儿童牛奶正在搞促销活动,售价为59.9元一箱(12瓶,原价68元)。按照这个价格来计算,一瓶195毫升装的儿童牛奶售价接近5元。而该品牌250毫升装的高端纯牛奶,日常单价在3.75元左右。

另一个品牌的儿童牛奶,每箱售价为68元,比该品牌的高

端产品售价要贵3元。

记者还发现,某品牌的一款饮用天然水,外包装上标注着“适合婴幼儿”。这种1升装的饮用水,单桶售价为9.9元;而同一品牌的5升装饮用水,单桶售价仅为9.8元。

商场售货员表示,这种婴幼儿用水相比普通的饮用水过滤得比较细,“很多人买这个给孩子沏奶粉”。同时,这名售货员还表示,大一些的孩子喝这种水“没必要”。

另外,儿童水饺、儿童牛排、

儿童面条等与未标注“儿童”字样的同品牌产品相比,售价均有不同程度的提高。

儿童食品国家标准并未出台

记者走访发现,从配料表与营养成分表上,看不出儿童产品与普通食品的差别。

例如,从配料表与营养成分表上来看,某品牌的儿童牛排和普通牛排相比,牛排本身、酱料、调味油以及产品口味、食品添加剂的种类、产品保质期、营养成分等都没有明显差别,只是牛肉分量有所不同。另外,两者执行的食物标准也相同。

这个品牌的儿童牛排比普通牛排少了100多克,售价却贵了1元多。对此,该超市的售货员说:“其实我们也不太了解儿童牛排究竟贵在哪儿。”

类似的情况,还发生在秋梨膏、水饺、馄饨等产品上面。

有售货员告诉记者,标注“儿童”字样的食品,平常卖得挺不错的,“卖得不好就不上货了”。

记者就此咨询了沧州市市场监管局、沧州市行政审批局以及河北省卫健委等单位。据悉,对于儿童食品,我国目前尚无相应的强制性的国家标准。