

广东省新冠肺炎防控指挥办发布农村(社区)习俗活动指引 婚丧嫁娶活动不超过150人

羊城晚报讯 记者张华、通讯员粤卫信报道:近日,广东省新冠肺炎防控指挥办疫情防控组发布《广东省农村(社区)婚丧嫁娶等习俗活动疫情防控指引》(以下简称《工作指引》),对全省农村(社区)城乡居民自发举办,有一定规模人群参加的婚礼、喪礼等习俗活动的疫情防控工作进行规定,要求从简举办婚丧嫁娶活动,防止大规模、高密度聚集,避免出现聚集性疫情。

增加人群距离

《工作指引》规定,各地要指导村(社区)把“改陋习、树新风”、倡导健康文明绿色生活方式相关内容纳入村规民约的修订范围。

广东
政府采购扶贫馆
完成了首单交易

羊城晚报记者唐珩报道:近日,广东省财政厅联合省扶贫办、省供销社建设的“广东省政府采购扶贫馆”(以下简称“扶贫馆”)正式上线并完成首单交易。扶贫馆作为广东省政府采购电子卖场特色馆之一,遵循“政府搭台、市场经营、企业协作”的原则,实现省内贫困村及对口帮扶东西部扶贫协作地区农副产品的在线展示、网上交易、物流跟踪、产品追溯等一站式聚合功能,进一步发挥政府采购对消费扶贫的引领示范作用,助力打赢脱贫攻坚战。

扶贫馆所有产品均来源于《全国扶贫产品目录》和《广东省扶贫产品目录》,确保扶贫产品来源精准可靠。扶贫馆充分利用政府采购与互联网深度融合的优势,展示和销售省内贫困地区和东西部扶贫协作及对口帮扶地区农副产品,为扶贫产品供需双方提供便利,着力打造精准定位、特色鲜明、互惠便捷的“线上”特色场馆,为全省各级预算单位采购农副产品提供高效便捷的购买平台,也为省内贫困村及对口帮扶东西部扶贫协作地区的广大农户拓宽增收渠道。

为鼓励和指导预算单位做好采购扶贫馆产品工作,省财政厅、省扶贫办、省供销社联合印发《关于通过“广东省政府采购扶贫馆”支持消费扶贫的通知》,进一步明确三种情况可使用扶贫馆进行采购,包括各预算单位使用财政性资金采购农副产品,且预算金额在100万元以下的,应优先通过扶贫馆进行采购;各预算单位的工会购买工会福利、慰问品的,鼓励优先通过扶贫馆进行采购;各预算单位自行管理或对外承包经营的食堂购买相关农副产品的,鼓励优先通过扶贫馆进行采购。同时,鼓励预算单位积极通过扶贫馆进行采购,对参与消费扶贫有突出贡献的单位,扶贫部门可采取适当方式给予通报表扬。

为进一步方便采购,扶贫馆实行直购模式,采购步骤相对简便,只需5步便可完成全部操作。一是登录扶贫馆,预算单位使用账号通过广东省政府采购网首页的“扶贫馆”登录操作。二是选购下单。三是签订合同。四是供货和验收。五是支付货款。采购单位在收到货物并完成验收后5个工作日内向供应商支付货款。

我国发布首个网约车顺风车安全团体标准

据新华社电 中国交通运输协会2日正式发布《网络预约出租汽车平台公司安全运营自律规范》团体标准和《私人小客车合乘信息服务平台公司安全运行技术规范》团体标准,这是我国内首个网约车和顺风车安全团体标准。

中国交通运输协会副会长兼共享出行分会会长李华强调,两项安全团体标准均涉及到行程分享、110报警、紧急联系人、行程录音、号码保护等基础性安全功能要求,并对网约车、顺风车两类不同的出行场景分别提出了相应的个性化安全要求。

发挥党员干部带头示范作用,引导群众转变观念,革除陋俗,积极倡导“重登记、强责任、崇节俭”的婚俗新风,推行丧事简办和绿色文明追思。

各地在倡导婚事新办、丧事简办的前提下,高风险地区禁止举办各种形式的婚丧嫁娶人群聚集性活动;中风险地区限制婚丧嫁娶参加人数,尽可能采用分餐等方式增加人群距离;中、低风险地区要做好参与人员测量体温、人员扫健康码或登记、场所消毒通风等疫情防控措施。

尽量避免握手

《工作指引》规定,婚丧嫁娶活动举办者负责安排专人,对活动参加人员进行健康信息登记和体温监测,掌握前14天相关人员的旅居史和健康状况,对疫情中、高风险地区来粤人员须向社区报告,按最新防控要求进行健康管理。

人员的体温复测和待送人员停留。观察点要设在相对独立、通风良好的房间,需配备1-2名工作人员,负责体温监测和发热人员的管理,并配备水银温度计、一次性医用外科口罩、消毒纸巾、医用乳胶手套、速干手消毒剂、84消毒剂等物品。

《工作指引》强调,控制人员规模和密度,婚丧嫁娶活动参加人员原则上控制在150人以内,人与人之间保持1米以上安全距离,尽量避免握手、拥抱等密切接触行为。根据参加活动人员和活动场所实际情况设置一定数量的临时医学观察点。临时医学观察点用于初测体温≥37.3°C人员的体温复测和待送人员停留。

用餐提供公筷

《工作指引》规定,食品加工制作要符合《餐饮服务食品安全操作规范》规定。生熟食品分开加工和存放,尤其在处理生肉、生水产品等食品时应格外小心,避免交叉污染。给予每桌客人提供双筷双勺或公筷公勺餐具,防止交叉污染。加强肉类、海鲜类等冷冻食品储藏安全,食品原材料坚持覆盖保鲜膜或加盖再进行储存,防止交叉污染。

要通过采取减少桌椅摆放、间隔1米、错位用餐等措施,适当加大就餐者之间的距离。加强婚丧嫁娶活动举办场所、休息区域、接待区域、公共卫生间、厢式电梯等重点场所清洁通风消毒。

广州市社区居家养老服务综合示范平台提供“一站式”服务

逛室内花园吃定制餐食 享受家门口的中医服务

文/图
羊城晚报记者
符畅 梁喻

在感官花园聆听虫鸣鸟叫,体验植物种植的快乐;在长者餐厅享用个性化的餐食,还能与老友拉拉家常;在医养结合理疗区接受专业中医服务,不用再到医院排队……今年4月,广州市首个市级社区居家养老服务综合示范平台已正式建成,旨在为全市老年人提供“一站式”社区居家养老服务。

目前,受疫情影响,该平台尚未对外开放。记者近日实地探访了解到,通过该平台,符合条件的老人可选择在家开设家庭养老床位,由护理人员上门开展服务;另外,该平台设有一层楼的认知症照护专区,将开放16张床位,为患有认知症的老人提供康复治疗、日托等服务。

徜徉花园锻炼感官 观看老电影忆往昔

据了解,广州市社区居家养老服务综合示范平台由广州市民政局、孝慈社会工作服务中心联合打造,其地址位于荔湾区环市西路68号,共有三层楼。

其中,第一层为咨询接待大厅,主要为老年人提供政策咨询、业务办理等服务;第二层为综合服务区,设有不同的功能分区,如感官花园、心理咨询室、日间休息室、长者餐厅、多功能活动室、康复辅具租赁区等;第三层则为认知症照护专区。

记者在感官花园看到,此处的装修极具岭南特色,植物环绕、游鱼生动,令人心旷神怡。据广州市社区居家养老服务综合示范平台主任鞠丽萍介绍,感官花园是一个集空间美学、园艺景观、心理抚慰于一体的植物疗愈空间,可以锻炼老年人的视、听、嗅、触、味五种感官。例如,老人踏入花园后,可在公共手机上根

据自己的喜好挑选鸟叫、蛙声、钟声、笛声等声音,声音随即由音响播放出来,帮助老人放松心情。在空间内的操作台上,老人可亲手制作岭南押花或种植植物,锻炼触感。

活动完肚子饿了怎么办?这里有长者餐厅提供基础的配餐助餐服务,老人既可以选择在饭堂用餐,也可以享受送餐上门服务。“我们还会提供个性化的定制餐食,供有需求的长者选择。”鞠丽萍说。

长者餐厅对面的多功能活动厅,将不时举办书画、手工等活动,激发老人兴趣,锻炼他们的动手能力。同时,这里也是嵌入式的老电影博物馆,将定期播放老电影,帮助长者回忆往昔,寻找年轻时期的珍贵回忆和快乐。

记者了解到,此前,广州市已明确在全市建立25个试点开展康复辅助器具租赁服务,正式启动康复辅助器具社区租赁试点建设。而广州市社区居家养老服务综合示范平台内的康复辅具租赁区是全市第26

个社区租赁试点,租赁的类型包括个人护理和防护辅助产品、移动辅助器具、康复类产品三种,共33种产品,供有需要的老人选择。

“定制”家庭养老床位 “家门口”享中医服务

老年人群体医养结合需求是当前的民生热点问题。广州市社区居家养老服务综合示范平台的医养结合理疗区,将满足老人“家门口”看中医的需求。鞠丽萍表示,平台已和广州市东升医院达成合作,将定期有医生过来坐诊,为老人提供义诊、推拿、针灸等服务。

另外,平台内设有家庭养老床位服务调度中心。据悉,家庭养老床位是广州市民政局为了缓解机构一床难求问题推出的新举措,即把养老床位建在老人家中,实现智能化设备、适老化设备和服务专业化“三入户”。其中,设备涵盖紧急呼叫器、水浸报警器、燃气报警器、生命体征监测设备等11件。

“在荔湾区、海珠区、越秀区,由政府统一补贴,为符合条件(年满60周岁,广州市户籍,老年人照顾需求等级评定为2-5级)的老人免费安装上述设备。”她说。而老人可根据自身照顾等级,选择不同服务套餐,服务内容包括生活照料、个人护理、健康管理与精神慰藉等,价格则从1280元/月到2720元/月不等。

她还表示,通过调度中心的后台,可实时查看每个家庭养老床位的情况,例如老人是否在床以及心率、呼吸等。老人如果遇到紧急情况,可以按下紧急呼叫器的按钮一键求救。据悉,家庭养老床位从去年10月份开始试运行,目前全市已经有72张家庭养老床位。



感官花园可以锻炼老年人的视、听、嗅、触、味五种感官

为照护认知症长者 设置泄室“记忆小镇”

位于三楼的认知症照护专区,专为患有认知症老人提供照护服务,目前开设了认知训练区、情绪宣泄区、医养结合理疗区、助洁区、休闲区、用餐区、护理区、记忆疗法区、作业理疗区、休息区10类服务区域。

据了解,认知症又名认知障碍症,失智症、痴呆症,是一种以获得性认知功能损害为核心,并导致老人日常生活能力、学习能力、工作能力和社交交往能力等明显减退的综合征。鞠丽萍表示,认知症照护专区不仅为老人提供日托空间,同时也给家属提供支援。

专区的门口是“记忆小镇”,摆放有相机、音箱、洗脸盆等老人物件,帮助刺激老人的记忆再生。而这一层楼的四周分布着多个房间,一共有16张床位,可满足长者日托或短期过夜的需求,同时也帮助他们互相建立正常的社交关系。据悉,日间照料的价格为50元至80元一天。

针对认知症长者容易躁动的问题,专区内有一个房间作为情绪宣泄室,里面放有抱抱人、发泄棒、尖叫鸡、呐喊壶等物品,帮助他们发泄情绪。

另外,专区还有火车疗法区,该区域还原了火车车厢内部的环境,屏幕上还会播放窗外不断移动的风景,非常逼真。“如果认知症长者吵着要回家,护理人员可以带他们来这里,陪他们聊天,渐渐地,他们可能就会忘记回家的事了。”鞠丽萍说。



火车疗法区还原了火车车厢内部的环境

广州市老年医院项目
正式动工建设,打造全国
示范性老年医院品牌

规划总床位达1000张

为医院构建便捷交通运输网络
保驾护航。

据介绍,项目依托广州市老人院进行建设,广州市老人院现有白云区钟落潭镇上水院区和黄埔区新龙镇龙院区两个院区,设置床位2700张,未来将建设成具有9500张高质量医养结合床位的全国示范性医养结合机构。

广州市老年医院项目的建设,将直接服务该院9500张床位,并辐射周边老年群体,大大优化周边区域医疗服务供给。

市老年医院在市老人院东区建设,项目占地面积4万平

方米,规划总床位1000张,规划建筑面积18万平方米,计划分两期建设。其中一期工程建

设床位500张,建筑面积13.3万平方米,总投资约13亿元,主要建设内容有:门诊大楼、住院大楼、医技大楼以及相关配套工程。

未来,市老年医院将力争建成老年人全生命周期医养结合服务中心、老年医学专科人才培养中心、老年医学研究与技术创新中心,打造引领粤港澳大湾区的具有老年医学特色的三级综合医院,全国示范性老年医院品牌。

东莞召开研讨会,就外来务工
员吴桂春新闻事件探讨“书香东莞”的打造和建设

善待外来工绝非说说而已 用“东莞温度”打动人心

羊城晚报记者 余宝珠 实习生 曾晓莹 陈佩宜

平台,扩大了影响力。

“我们通过吴桂春在东莞图书馆的留言看到了东莞对外来务工人员的关心和关爱。”田丰表示,东莞公共文化事业在改革开放中迅速发展,文化服务的均等化使人民群众获得实实在在的文化权益。

“打动人心的是东莞的温度,这背后更呈现了东莞海纳百川的价值观。”张志安如是说。

记者了解到,吴桂春在东莞17年,去东莞图书馆长达12年。“有空调、书很多,还免费”,这简单的三个优点成了吴桂春选择图书馆的主要原因。毛凌文说,对外来务工人员来讲,公共文化最核心的要义是资源丰富,环境舒适,服务无门槛。

“东莞图书馆成为外来务工者心目中最美好的地方。”广东省立中山图书馆馆长王惠君在

现场指出,一座图书馆,点亮一座城市。东莞图书馆成为全国城市公共文化的一面旗帜,这个温情故事的背后,是东莞公共文化营造的良好生态氛围。

“小人物体现大文明、小需求体现大保障。”吴祖清表示,吴桂春的农民工特殊身份,在复工复产创新就业的背景下体现了东莞市民的文明素养,反映了东莞文明建设的丰硕成果。东莞的公共文化设施配套齐全,正是这一事件背后的真实呈现,东莞的图书馆、文化馆建设值得称道。

深圳南山法院回应“腾讯老干妈案”: 正在调查中,会依法审理

羊城晚报记者林园报道:2日,针对腾讯公司起诉老干妈公司广告纠纷案,深圳南山区人民法院相关负责人回应称,相关情况还需进一步核实,该院会依法审理,最终结果以会议庭的意见为准。而根据此前信息,如果该案不撤诉,原定的这场官司将于7月17日开庭。

据悉,事件发生后,让许多网友心生疑惑:法院在作出查封裁定前,将如何审查?北京市盈科(深圳)律师事务所朱逸聪律师介绍说,在现行司法实践中,财产保全审查属于形式审查,“即腾讯在申请对老干妈的财产保全时,法院形式审查保全申请是否成立,担保手续是否完备,符合保全条件的即可作出保全裁定。腾讯公司向法院提供了与老干妈之间的广告

合同,申情人应当赔偿被申请人因保全所遭受的损失。”腾讯在申请保全老干妈财产之前,如果因为没有尽到审慎注意义务,导致老干妈财产损失的,应当就老干妈因保全产生的实际损失承担赔偿责任。”朱逸聪指出,赔偿标准没有明确的法律依据,实践中一般遵循公平合理、等价有偿的原则,综合考虑保全财产种类及性质、自查封至解封时保全财产交易情况、市场交易价格等客观确定实际损失。

下一个五年期使用权拍卖 广州塔户外广告位 底价为1.76亿元

羊城晚报记者梁怿韬摄影报道:记者7月3日从广州产权交易所获悉,广州塔户外广告位置使用权,在头五年使用期即将到期后,将再度通过公开方式出让。相比五年前的底价,如今的出让底价已升值超2000万元。

广州塔塔身户外广告位,设置于2014年。为避免户外广告位对广州塔塔身产生视觉污染,广州塔管理方通过科研攻关,在广州塔塔身355米至497米高度,吊装了使用至今的隐形LED珠串屏。

2014年在塔身规划设置户外广告位时,曾引起坊间讨论。支持者认为该想法创新,且能为广州塔在经营上带来一定收益;反对者则认为在广州地标设置户外广告有损广州形象。2014年9月17日,广州塔户外广告位使用权,以1.5438亿元的出让底价,被一家广告公司通过拍卖所得。过去五年,不少商家投入广告费用,让自己的品牌透过广州塔户外广告位登上“广州之巅”。

但更多时候,该户外广告位留给市民和游客的印象,是各类公益宣传内容。广州遭遇台风、暴雨、高温、低温等恶劣天气时,户外广告位还会及时打出广州最新的天气预警信号,向市民游客“嘘寒问暖”。

在广州塔现有户外广告位使用权即将五年到期之际,经广州市城市管理综合执法局批准并受广州市建设投资发展有限公司委托,广州塔旅游文化发展股份有限公司已在6月29日挂出“广州塔身LED灯网广

告位置使用权公开出让项目”公告。根据公告内容,新的户外广告位使用权时长将为五年。其余拍卖要求,和五年前拍卖要求基本相同。如商业广告将在每晚19时至22时逢整点和半点穿插播放,每次约5至10分钟,每晚不超过60分钟;该户外广告位需要将66%的发布时间留给公益广告,其中最佳播放时段所占公益广告发布总时长不得少于30%。拍卖公告称,如遇重大节假日、重大活动或事件政府需要发布信息时,广告发布时间必须无条件按照业主要求进行调整;若气象部门需要发布天气预警等气象信息时,广告发布时间必须无条件避让等。

相比五年前1.5438亿元的底价成交价,广州塔户外广告位的评估价值已升值至1.764089亿元,该评估价也将成为2020年出让的底价。

根据公告中附带的合同样本,本次出让成交价的30%,将作为政府财政收益。