

# 外出游玩、亲朋聚会， 有哪些用餐注意事项？ 广东发布食品安全消费提醒

羊城晚报记者 丁玲 许张超  
通讯员 粤市监

“五一”假期即将到来，外出游玩、亲朋聚会，食品安全不容忽视。为使广大消费者吃得开心、吃得安心，广东省市场监督管理局发布食品安全消费提醒：



消费者在认真阅读产品说明 新华社发

在选购食品方面，要到持有有效《食品经营许可证》的食品经营单位购买，购买冷藏冷冻食品还要到具备冷藏冷冻食品经营项目、储藏条件好、符合卫生要求的正规商场、超市和市场购买；网购食品或半成品更要注意查看卖家的食品经营许可证及经营项目、食品生产许可证、产品生产日期、保质期；要查看外包装，观察是否新鲜，是否在保质期内，包装是否完整无损，有无鼓包（涨袋、胖听）、有无颜色变化、有无出现异味等现象；要索取购货凭证或保留购物小票，以备维权所需。

外用餐时，要选择到持有有效《食品经营许可证》的餐饮单位就餐，不选择无证小店和街边小摊；慎食高风险食品，若选择食用凉菜、熟食卤味和生食水产品等冷食和生食类食品时，应注意查看食品经营单位是否有经营相关冷食和生食类品种的项目；慎饮泡制酒，不购买和饮用无标签标识、浸泡中药材成分不清、来历不明的泡制酒；不食用野生蘑菇、鲜黄花菜、河豚鱼、织纹螺以及一些可能具有毒性或有寄生虫风险的产品。

若选择网络订餐，在关注菜品评价时，还要查看商家证照信息、菜品原材料、店铺评价等信息，谨慎下单；尽量选择近距离的餐饮单位订购，缩短食物配送时间；收到餐后，要检查包装是否完整，是否有被开启的痕迹、餐食是否被污染等，并及时加工或食用，勿长时间存放；不网购凉菜、生食食品和冷加工糕点等高风险食品；按照个人食量点餐，最好自备餐具，减少食物浪费和一次性餐具使用。

居家烹饪时，应洗净双手，厨具和餐饮具等要清洁，做到生熟分开；挑选新鲜、卫生的原材料，认真清洗并做到烧熟煮透；选购湿粉类食品首先查看产

品标签信息，重点查看生产日期和保质期，湿河粉、米粉（线）等谷类发酵制品、泡发的木耳或银耳等，尽量在购买当天或泡发当天食用完；凉菜要现做现吃，不过餐、不过夜；选取五毛桃等材料煲汤时，一定要从正规渠道购买，不要购买来源不明的煲汤材料；谨慎使用中药材泡制酒，不偏听偏信所谓的秘方、偏方，避免在不了解药性的情况下，盲目按秘方、偏方泡制酒食用，引发食物中毒；冷冻食品烹饪前应彻底解冻，以防食品中心加热不透；外购熟食或外出就餐打包的食品，在下次食用前应先确认是否变质，已变质的食品要及时清理，未变质的食品要彻底加热煮透后方可食用。

食物储存方面，熟制食品在室温存放时间不应超过2小时；加工后的成品、半成品、原料应分开储存，防止交叉污染；未食用完的食品应该用保鲜膜密封，按存放要求进行常温、冷藏或冷冻保存；需要冷藏或冷冻的食品要看是否符合相应的条件（一般冷藏温度为0-4℃、冷冻温度为-18℃以下）；冷藏食品一般3天以内食用较好；冰箱内存放食品不宜过满，要定期清理。

另据广东省市场监督管理局发布的提醒，食品经营者要严格履行食品安全主体责任，严格进货查验和索证索票，严禁加工、销售、采购不符合食品安全标准的食品；餐饮服务提供者要严格依照餐饮服务食品安全操作规范加工制作餐食，严禁采购使用亚硝酸盐，严防食物中毒。消费者要多留意身体状况，一旦出现恶心、腹痛、腹泻、发热等不适反应时，应立即停止食用可疑食物，尽快就近就医，并保留可疑食物。如发现违法违规经营食品行为，请及时拨打投诉举报电话“12345”“12315”举报投诉。

## 广州全力维护“五一”期间市场经营秩序 4月以来，共检查餐饮单位1.53万家次

羊城晚报记者 丁玲 许张超 通讯员 穗市监

4月27日，记者从广州市市场监督管理局获悉，“五一”假期临近，为确保市民群众和来穗游客度过一个平安愉快的假期，该局提前部署“五一”期间各项市场监管工作，排查安全风险，维护市场秩序。

“五一”期间，人员流动性大，商品消费量多，加上天气转热，食品安全隐患易发多发。对此，在生产环节，重点检查米、面、油、糕点、饮料等消费量较大的食品，督促企业严格按照食品生产标准组织生产；在销售环节，强化食品销售过程中的风险控制，特别是加大对农贸市场、大型商超、生鲜超市“肉、菜、鱼”等食用农产品的快速检测力度，4月以来，累计快检食用农产品15.38万批次，发现并销毁不合格产品2716公斤；在餐饮环节，主要是排查车站码头、高速公路服务区、旅游景区、重点商圈餐饮单位的食品安全风险隐患，督促相

关企业落实食品安全主体责任，严格把控食品原料采购、加工制作和餐饮具清洗消毒等关键环节，严防发生食品安全事故。4月以来，共检查餐饮单位1.53万家次。

同时重点监管粮食、蔬菜、肉蛋鱼等居民生活必需品、常用药品、医疗用品以及住宿、餐饮、景区等服务行业经营者的价格行为，严厉打击不明码标价、价格欺诈等违法行为，并向商家派发价格提醒告诫函。截至目前，已检查相关单位3280家次，其中酒店1064家次。

此外，强化特种设备安全。以大型游乐设施和城镇燃气充装站、压力容器为检查重点，加强隐患排查和风险控制，着力防范安全事故发生。目前，已督导检查旅游景区和游乐场所的大型游乐设施、客运索道103台次，旅游观光车209台次，发现并整改安全隐患57个。

## “五一”租车市场井喷 哈啰租车订单环比春节增超七成

羊城晚报记者 沈钊

初夏藏春意，踏青正当时。在这个“五一”假期，居民积累的旺盛出游需求已经提前释放，自驾租车呈现井喷态势。近日，自驾租车聚合平台哈啰租车发布“五一”前瞻数据显示：“五一”期间租车订单同比增长超5倍，环比2023年春节假期增长超七成。

从城市订单来看，核心一线、二线城市用车需求较为集中。成都、福州、北京、西安、上海、深圳、广州、杭州为TOP8订单城市，同比均大幅增长。其中，福州订单环比今年春节大幅增长近9倍，盛况已属“一车难求”。

记者发现，在哈啰租车上，“五一”期间在TOP8订单城市，同比均大幅增长。其中，福州订单环比今年春节大幅增长近9倍，盛况已属“一车难求”。

从租车场景来看，“大交通+落地租”成为城市租车出行主流，取车地点在机场、高铁、长途客运站等重点交通枢纽的比例达46%，环比今年春节长假涨幅达32%。其中，成都东站成为热门取车点TOP1，为哈啰租车全国最“繁

忙”取车点。除了核心一线、二线城市，一些小众清新旅游目的地也进入“五一”租车热力榜。如新疆伊犁环比春节上涨26倍，福建宁德上涨20倍，山东威海上涨18倍，浙江台州上涨12倍，河北秦皇岛上涨10倍。

从哈啰“五一”租车数据表现来看，经济型车仍占最大比重，朗逸、科沃兹、宝来为最受用户青睐TOP3车型；其次为SUV，捷达VS5、哈弗H6、坦克300为最受欢迎SUV前三甲。随着新能源车市场接受度提高，新能源车订单占比也显著提升，同比去年提升2.5倍。

“五一”到四川看熊猫花花，去山东淄博吃烧烤，大学生“特种兵式旅游”丈量青春脚步……文旅消费的复苏，部分甚至引爆成为社会热点话题，这也带动大学生租车需求的暴涨。哈啰租车数据表明，大学生群体正成为“五一”租车出行的主流群体之一。数据显示，哈啰租车年龄段在18-23岁的大学生用户订单占比达22%，相比春节提升了2.5倍；“90后”“00后”合计订单占比则高达52%。

# 洋河股份2022年营收突破300亿元 长期主义实现企业高质量发展

25日晚，洋河股份2022年度财报与2023年一季度报依次出炉。靓丽的业绩表明洋河在“二次创业”的第二阶段上，实现了“二次腾飞”。数据显示，2022年，洋河实现营业收入301.05亿元，同比增长18.76%；归属于上市公司股东的净利润93.78亿元，同比增长24.91%。2022年度利润分配预案也同时出炉，每10股派发现金红利37.4元（含税）用以回报股东。在2023年一季度，洋河步伐始终保持快步向前：实现营业收入150.46亿元，同比增长15.51%；归属于上市公司股东的净利润57.66亿元，同比增长15.66%。



中国美酒发展成果，无一不体现着洋河人追求时代创新精神的梦想和情怀。

### 自我创新助力梦想远航

作为行业头部企业之一，新的一年洋河的发展方向对行业起着引领和示范作用。2023年，洋河将聚焦二次创业和二次腾飞，围绕第二阶段和第二曲线，推动洋河股份实现更高质量、更可持续、更加健康的发展。

对行业来说，白酒一直处于稳步发展的增长赛道。洋河一直坚持长期主义的价值逻辑，让“结硬寨、打呆仗，做最难的事；筑高墙、广积粮，走最稳的路”成为中国酒业的整体经营哲学，不断激发内动力和发展活力。其中高站位打造“新赛道”，高视角开拓“新赛场”，高标准跑好“新赛程”是洋河的新发力方向。

今年4月9日的糖酒会上，洋河分子新品发布会在成都隆重举办。这是洋河洞察酒饮市场细分化与年轻消费群体成长的需求，为满足Z时代时尚化、个性化需求而推出的低度新品。微

分子因体验而生，为未来而创，体现了洋河勇于破圈的文化新理念。

从积极布局业态新赛道，打破传统行业局面自闭的内向思维，进而把视角转向异业与跨界，推动传统企业向现代化企业迅速发展、快速转变，到推动酒业命运共同体，聚力打造有全球影响力的产业集群，到最终塑造有时代感染力的中国白酒品牌集群，洋河一直在自我创新，与时俱进的培育更多高价值、时代感、潮流性的品牌，弘扬时代精神，激发奋进梦想，以酒业力量推动时代潮流，提高中国酒品牌国际竞争力。洋河梦想的舞台，是中国文化和世界市场。

在创新道路上的高质量发展，也是实现中国酒业高质量发展的必经之路。如今，白酒行业已经实现了30年的快速发展，洋河对行业未来持续发展和长期繁荣充满信心。只要紧跟国家战略，插上创新升级的翅膀，中国酒业就永远是新兴行业，朝阳行业。中国酒，正当潮，未来会更潮！



### 满意答卷出自奋斗精神

洋河取得这一让同行瞩目的成绩并不意外。正如洋河股份党委书记、董事长张联东所指出，过去一年，洋河股份坚决贯彻国家重要战略部署和要求，深度融合，积极转型，促进企业实现了跨越式、可持续、高质量、融合化的发展。

2022年，洋河股份以理念之变、姿态之变、质量之变、效率之变、内涵之变，赢得了“发展机遇前所未有、发展态势前所未有、发展信心前所未有、发展氛围前所未有”的喜人局面，在极不寻常的时期交出了一份极不寻常的答卷。

这一年，在全体洋河人的努力下，洋河不仅业绩快速增长，利润史无前例接近百亿，为股东、员工和消费者交上满意答卷，还“荣登”全国白酒十大品牌“之首”，品牌价值2469.24亿元，再创历史新高。此外，“五次蝉联全国白酒大赛冠军”“梦之蓝亮相上合峰会、全球外交官之夜”“升级为‘中国航天事业战略合作伙伴’持续助力航天公益”等一系列不同维度的成绩和荣誉的背后，是洋河股份敢为、敢闯、敢干、敢首创的担当作为。

2022年，也是打造数智洋河、生态洋河、文明洋河、时代洋河、蓝色洋河“五位一体”关键的一年。洋河从寻求企业内生的数智化高质量转型，到积极探索实现人与自然和谐共生的中国式现代化，再到打开胸怀期待与世界共享

# 数字文旅+城市名片+破圈效应 三张“王牌”助力宜昌智慧文旅产业升级

4月26日，美好目的地——全国文旅创作者峰会暨“两坝一峡来电之旅”嘉年华在宜昌召开。会上，来自全国各地的文旅创作者从多个维度剖析了文旅产业升级模式。峰会主办方巨量引擎及宜昌城发集团携手提出了“4大驱动”“3个1”策略数字化文旅发展新战略。



宜昌城发集团党委书记、董事长殷俊介绍，新战略即搭建1个数字化营销平台为载体、牵头1家数字化集成综合运营服务商、以旗下1个文旅景区为抓手，综合巨量引擎“平台、流量、数据、运营”四大驱动，全面助力宜昌智慧文旅产业升级。

为什么要实施数字化转型？数据显示，今年一季度宜昌共接待游客1935.77万人次，较2022年同比增长33.22%，已赶超2019年同期水平；实现旅游综合收入188.75亿元，较2022年同期增长42.07%，已赶超2019年同期水平。

宜昌旅游市场的一路“狂飙”让人不禁思考，宜昌的旅游为何做得这么好？

从旅游基底来看，宜昌地处鄂西南，自古有“三峡门户”“川鄂咽喉”之称，著名的长江三峡西陵峡坐落于此。不仅如此，这里还有大国重器三峡大坝和万里长江第一坝葛洲坝，两座宏伟的世纪工程构成了宜昌的双地标，形成了独特的“两坝一峡”格局。此外，宜昌还是一座千年历史文化名城。拥有和平夏之母嫫祖、浪漫主义诗人屈原、和平使者昭君、巴人始祖康君等众多历史文化名人。这些不可复制的世界级人文和山水资源都是宜昌成为世界级旅游目的地最核心的自然基底。

那么，当宜昌文旅与数字化相结

合又会碰撞出怎样的火花呢？事实上，宜昌文旅在数字化转型上早有尝试。2021年，宜昌推出“一部手机游宜昌”智慧旅游平台，该项目还荣获2021年全国智慧旅游典型案例。

从上述举措可以看出，将宜昌自有文旅资源与数字化产业相融合，是宜昌文旅升级的重要方向。

按照目前的发展趋势，宜昌智慧文旅产业升级的路径可以归纳为以下三点：一、数字化+智慧文旅，二、城市名片IP赋能，三、名人效应+破圈效应。

宜昌城发集团党委副书记、副总经理兼抖音科技执行董事宋鹏程表示，数字化转型是宜昌文旅市场增量的新引擎和未来文旅产业创新发展的重要手段。数字技术能够助力孵化更多的旅游消费场景，给旅游体验方式带来深刻变化。

去年10月，宜昌城发集团携手巨量引擎，在抖音平台推出了“两坝一峡dou来电”挑战赛。超6亿用户的抖音，将宜昌特色美景魅力文化传播出去。数据显示，活动期间，话题播放量突破了11亿次，超45万个视频参与，为宜昌文旅“出圈”提供了重要助力。

万里长江第一坝葛洲坝始建于上世纪70年代，是华中电网及西电

东送不可或缺的主力军。更是宜昌实实在在的“国之重器”。宜昌城发集团借助抖音平台，向年轻人提供了一个与“国之重器”亲密接触的窗口。年轻人通过在抖音平台二创视频，除增加了短视频裂变传播力，更增加了年轻人对重工业的新理解——在21世纪的当下，水电站自带一种“赛博朋克”的科幻感。正是这样的新解读，加深了网民与宜昌历史文化及地标建筑的关联感，拓宽了宜昌这座城市的IP影响力。

在这次全国文旅创作者峰会及“两坝一峡来电之旅”嘉年华活动中，中国旅游研究院战略研究所所长吴普等百位文旅大咖走进宜昌各大景区和度假区，深度体验了宜昌文旅的独特美好，并从产业发展的未来趋势及文旅创作者应对新变化的举措等方面为宜昌旅游提出建议举措。

智慧文旅是文旅产业升级的新方向，数字化建设是文旅产业发展的新动能。做好数字化转型对文旅高质量发展来说意义重大。相信通过“数字文旅+城市名片+破圈效应”这三张王牌，能够推动宜昌智慧文旅产业加快发展，让宜昌这座世界旅游目的地地加速推向全国、迈向世界。