



厚植职教学子家国情怀 我市职业院校教师赛“党课”

本报讯(株洲晚报融媒体中心记者戴瀛 通讯员朱泉训)昨日,2021年株洲“职教杯”职业院校教师技能大赛落下帷幕。24位优秀教师通过现场教学展示,不仅讲授了完整的教学知识点,又生动地展现了党的百年光辉历史。

本次大赛由市教育局、人社局等单位联合主办,是职业院校教师交流课堂教学经验、探讨课程创新路径、培养专业素养能力的一个重要平台。

株洲市职业教育协会会长杨老虎表示,将党史学习教育融入课程教学,既是广大教师的职责使命,也是弘扬党的百年光辉历史的必然要求。百年党史为教师教学提供了丰厚滋养,将党史教育融入课程教学,有利于发挥教师的示范引领作用,厚植职教学子的家国情怀,增强知史爱党、知史爱国、守初心、担使命的思想和行动自觉,坚定听党话、跟党走决心,培养合格的社会主义建设者和接班人。同时,也有利于教师利用自身优势积极投身党史学习教育,打造立体生动、入脑入心、学生喜爱的知识课堂,把党史讲得更更有亲和力、感染力。

最终,湖南铁道职业技术学院的易柳获得高职高专组一等奖;湖南工贸技师学院的张佳颖获得中职中技组一等奖。

永远跟党走 共筑中国梦



▲演出活动现场。通讯员供图

本报讯(株洲晚报融媒体中心记者李卉 通讯员陈文湘 沈姿)6月27日,在田心街道北山小区广场上,一场主题为“学党史 感党恩 永远跟党走 共筑中国梦”的文艺活动吸引了2000多群众参与、观看。活动现场,北岭社区171名老党员荣获“光荣在党50年”纪念章。

活动在大合唱《没有共产党就没有新中国》中拉开帷幕,合唱、舞蹈、朗诵等21个节目精彩纷呈,百人共舞《没有共产党就没有新中国》更是把活动气氛推向高潮。本次活动由社区牵头主办,群众共同参与,恢宏大气的歌舞、饱含深情的表演,艺术地展现了中国共产党奋斗、奋发、奋进的光辉形象,节目以丰富的艺术形式和饱满的精神内涵呈现了中国共产党团结带领中国人民不懈奋斗的辉煌历程。

7月1日后 不再集中接种第二剂次疫苗

本报讯(株洲晚报融媒体中心记者刘琼 通讯员朱卫健)炎炎夏日,株洲的新冠病毒疫苗接种工作也在如火如荼地进行。6月27日,记者从市卫健委疾控科获悉,7月1日以后,我市将不再集中开展新冠病毒疫苗第二剂次接种工作,主要集中开展第一剂次疫苗接种。

截至6月26日24时,全市累计到货新冠病毒疫苗2968778剂,现有库存289368剂,累计完成第一剂接种1442193人,累计完成第二剂

接种1236196人,完成第三剂接种268人。据悉,全球疫情仍处于高位流行,近期广东省已出现传染性强、传播速度快的德尔塔(Delta)变异毒株。试验表明我国新冠病毒疫苗可应对该病毒变种,特别是对中、重症的保护率达到近100%。

市卫健委疾控科相关负责人介绍,按照疫苗接种计划,6月30日前,我市将基本完成第二剂次疫苗接种工作。近期,在公交大站点、高铁站、火车

站、商场等人口流动大的地方,我市将开展“扫码行动”,对尚未完成第二剂次接种的群众会提醒尽快接种,属地区县将提供就近方便的接种服务。

该负责人提醒,为了不给7月份预约第一剂次的市民朋友“添堵”,凡接种新冠灭活疫苗(Vero细胞)第一剂次后满21天者、第一剂次接种重组蛋白疫苗(CHO细胞)满28天者,要携带好本人第一剂次接种凭证和身份证,主动及时接种第二剂次疫苗。

能不能提前接种第二针? 接种第一针后发现怀孕了怎么办? ... 这些疑问,市卫健委为您解答

株洲晚报融媒体中心记者刘琼 通讯员朱卫健

“太远了,没时间接种第二针。”“第二针我不想打了,打了不是还有感染的?”……日前,株洲进入了新冠病毒疫苗接种第二剂次的冲刺阶段,可还是出现一些情况,让负责接种的医护人员磨破了嘴,操碎了心。

6月27日,市卫健委疾控科就市民关注的焦点问题进行答疑解惑。

问题1 市民:太麻烦又没时间,可以不接种第二针吗?
市卫健委疾控科:不可以。因为第一针相对来说是“基础针”,第二针是“加强针”。只有完成全程接种才能获得有效的免疫保护。

问题2 市民:能不能提前接种第二针?
市卫健委疾控科:不可以。

首针免疫记忆形成是需要时间的,简单来说,接种完第一针后,身体不会立即产生抗体,需要间隔一段时间才会产生抗体。一般认为是21天,所以需

要间隔不少于21天接种第二针,提前接种视为无效接种,延迟接种不影响效果。

问题3 市民:接种第一针后出现不适,可以不接种第二针吗?
市卫健委疾控科:若接种部位有红肿、硬结、疼痛等,或有发热、乏力、恶心、头疼、肌肉酸痛等情况,通常这类反应会随着时间推移自行消失,无需特殊处理,第二针可照常接种。

若接种第一针后,出现较为严重的过敏反应,如急性过敏、血管神经性水肿、呼吸困难等,或者出现其他属于接种禁忌的情况,第二针就不建议接种了。

问题4 市民:接种第一针后发现怀孕了怎么办?
市卫健委疾控科:首先,第二剂新冠病毒疫苗建议暂缓,等分娩以后再考虑接种。

如果在接种后怀孕或在未知怀孕的情况下接种了疫苗,

不推荐仅因接种新冠病毒疫苗而采取特别医学措施(如终止妊娠),建议做好孕期检查和随访。

问题5 市民:60岁以上的人群可以不接种吗?
市卫健委疾控科:60岁及以上人群为感染新冠病毒后的重症、死亡高风险人群。

I/II期临床研究数据显示,该人群疫苗接种安全性良好,与18岁至59岁人群相比,接种后中和抗体滴度略低,但中和抗体阳转率相似,提示疫苗对60岁以上人群也会产生一定的保护作用,建议接种。

问题6 市民:接种第一针后去了外地怎么办?
市卫健委疾控科:可向现所在地社区街道的接种门诊咨询,是否能接种相应第二针。

如果现所在地苗比较充裕,是可以提供接种的。一般会要求出具原所在地的第一剂接种证明。

7月1日 “全民健身之夜”与您有约



本报讯(株洲晚报融媒体中心记者温琳 通讯员曾峥)参与全民健身,庆祝建党百年。7月至8月,市全民健身服务中心推出“全民健身之夜”系列活动,充分发挥全民健身场地作用,大力开展全民健身活动,庆祝中国共产党成立100周年。

据悉,“全民健身之夜”系列活动分为两部分,其一为7月1日

晚的“全民健身之夜”,当晚会有足球、篮球、乒乓球、羽毛球、排舞等多个体育运动项目的全民健身活动,包含赛事、培训、展演等。其二为七月和八月陆续开展的多个项目上百场的赛事、活动、培训。

“全民健身之夜”活动将于7月1日晚7点至9点举行。当晚在市全民健身服务中心进行的活动和赛事包括:篮球赛、乒乓球训练基地举办首届“智泊停车杯”株洲市乒乓球俱乐部联赛,足球公园有足球友谊赛和幼儿足球趣味

赛,体育馆举行羽毛球挑战赛,前坪有我市优秀的排舞展演。

7月至8月,我市还有上百场体育赛事、活动、培训举行。包括市排舞协会推出排舞、曳步舞、健身舞、民族服务形体礼仪剧目教学;市乒乓球协会举行俱乐部联赛;黑蚂蚁足球俱乐部将在室外足球训练场举行趣味赛事和足球培训;狼腾足球俱乐部推出群众足球系列赛事;市羽毛球协会举办业余赛事等。

感兴趣的市民,可以关注市全民健身服务中心官网公众号“株洲全民健身”参与活动。

梁俊婚介

男未婚:1.76米,25岁,本科,从事教育工作,本地人,有房有车
男未婚:29岁,1.83米,中专,广铁集团上班,待遇优,有房有车
男未婚:30岁,1.85米,大专,人帅,在一家企业上班,有房有车
男未婚:31岁,1.70米,高中,自己创业,有房有车
男未婚:32岁,1.76米,中专,厨师长
男未婚:37岁,1.76米,大专,工程师,有房有车
男离异:72岁,1.75米,中专,退休干部,有房
女未婚:28岁,1.64米,本科,公务员,政府部门上班,有房有车
女未婚:26岁,1.62米,大专,中非上班,有房
女未婚:27岁,1.57米,民族学院毕业,教育工作,独生子女
女未婚:35岁,1.56米,研究生,从事中学教育工作,有房有车
女离异:25岁,1.53米,中专
女丧偶:70岁,1.62米,大专,退休,有房有车
女丧偶:50岁,1.68米,个体服装批发,有房有车
女离异:65岁,1.62米,高中,退休,有房
女离异:47岁,1.62米,中专,有房有车
女离异:50岁,1.66米,本科,公司管理,有房有车
女丧偶:59岁,1.58米,大专,退休,有房

招募合伙人
地址:火车站金轮B栋8楼801号
电话:18673309882

谊萍婚友会所

谊萍婚友会所成立了十九年,在这期间成功配对上千对为良缘,本婚友会所还获得了泸湖区荣誉证书、株洲市婚介协会合格单位,本所收费低,成功率高。

女离异:30岁,1.60米,音乐学院毕业,漂亮,做生意,小孩判给对方
女离异:35岁,1.65米,互联网工作,独女,有房,漂亮,有女儿
女离异:32岁,1.66米,互联网工作,有房,无负担,女孩判给对方,漂亮

女离异:57岁,1.58米,事业单位退休,有房,无负担,条件好,形象佳
女离异:47岁,1.62米,中车工作,有房,无负担,条件好,形象佳
男未婚:37岁,1.68米,医生,有房多套,条件好,独生子,父母退休

男未婚:47岁,1.68米,银行工作,有房,父母退休
男离异:57岁,1.72米,事业单位工作,条件好,有房有车
男未婚:28岁,1.77米,做生意,有房有车,条件好

男未婚:50岁,1.75米,建材厂老板,有房,无负担,父母去世

热线:
28237011
15386203070
地址:株洲市市中心七一路和仁南路交叉口人行对面(谊萍婚友会所)

流量红利

给商家、短视频博主、游客均带来了效益

早在2018年4月,西安市旅发委就与抖音短视频达成合作,通过文化城市助推、抖音达人深度体验、抖音版城市短片等对西安进行全方位的包装推广。

在短视频旅游的风口,旅行平台马蜂窝、携程、飞猪等纷纷开始重视短视频内容分享。

马蜂窝负责人表示,浏览门槛低、体验感更强等特点,让短视频天然适合旅游、美食等领域。2019年初正式发力短视频领域的马蜂窝,持续与目的地旅游局、景区合作,形成一套从景区资源整合、线下达人体验、线上主题活动、优质短视频生产到最后反哺景区交易的闭环,合作了三亚、北京欢乐谷等多个目的地及景区。

“短视频能够适应现代社会快速的生活节奏,‘短’成为它重要的传播优势。”中国传媒大学文化产业管理学院兼职博导范恒山认为,短视频集文字、图片、影像、音乐等不同传播优势于一体,能在短时间内给用户带来沉浸式体验。

博鑫文化传播公司创始人彭博文与短视频和营销行业打交道多年,在他看来,短视频这一传播方式的最大优势就是更加具象,能够刺激消费者的购买欲望,“短视频基本覆盖了中国90%以上的互联网使用者,越来越多的行业选择将营销重点放在短视频上,期待将流量变成销量,旅游行业也不例外”。

香港市民李剑禧曾是金融从业者,看中短视频行业红利的他,2020年来到广州成为短视频博主,发布内容包括酒店、景区、餐饮、文化等。从惠州十里银滩到珠海万山岛,从广州李小龙祖居到东莞香市动物园,经营短视频账号近一年,李剑禧带动不少游客到广东各地打卡。“我们拍摄的每一个短视频,都真实生动地呈现亲身经历和切身体会,这是受众想看并且需要的。”他说,短视频最动人之处在于个人化的表达视角和方式。

持续关注短视频发展的中国传媒大学文化产业管理学院博士孙巍说,从线上“种草”到线下消费“拔草”,短视频给商家、短视频博主、游客等相关方面均带来了效益:“就商家而言,最直观的效益是‘种草’带来的经济收益;就短视频博主而言,博主与消费者之间的黏性更强;就游客而言,他们既是消费者,又可以成为短视频的主角,实现物质和精神双重满足。”

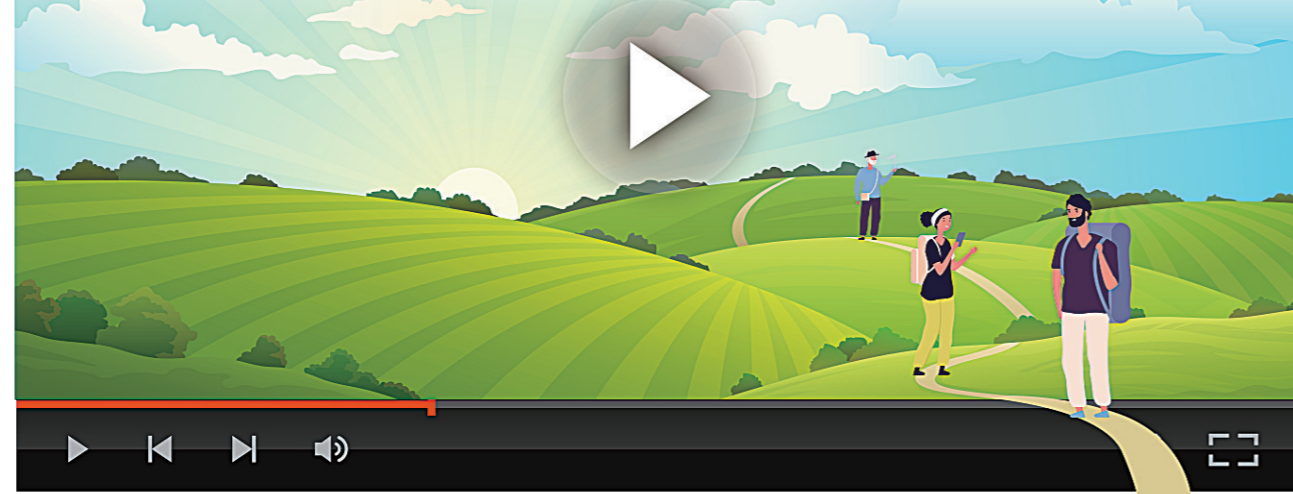
制图/胡兴鑫

带火一家店、一条路、一个景区甚至一座城 短视频成旅游市场“种草机”

白雪皑皑,红衣女子策马奔腾——贺娇龙的这段视频在她的个人短视频账号获得了5.2亿点击量,也让新疆小城昭苏迎来了大波游客。

永兴坊“摔碗酒”、大唐不夜城不倒翁……西安各大旅游景点在短视频的助推下持续火爆,在携程发布的《2021端午假期旅行大数据报告》里,西安跻身全国十大热门目的地城市。

重庆的“轻轨穿楼”、厦门鼓浪屿的“土耳其冰淇淋”、张家界的天门山……短视频带火一家店、带火一条路、带火一个景区甚至一座城的案例屡见不鲜,短视频对消费者的旅游习惯和旅游产业的营销方式产生了深刻影响,先被“种草”,然后打卡“拔草”成为当下出游新趋势。



“景”上添花

通过短视频实现文旅市场长效、可持续发展

借短视频进行营销已成文旅市场主流,且涵盖了旅游业“吃住行游购娱”6大要素。各大短视频平台注入了文旅部门官方账号、旅游产品供应商账号、旅游达人账号、游客个人账号等众多传播主体。

“当你生活匆忙,必然需要虚拟世界的诗和远方,这种补偿是虚拟对现实的补偿,也是感性对理性的补偿……记录真实、发现美好、拥抱生活、温暖你我,短视频就是这样的一种高全息度社交工具。”清华大学新闻学院教授沈阳提出了短视频补偿论,认为短视频加速了高互动感、高全息度、高情感度的网络社交发展。

对于旅游行业来说,通过短视频吸引消费者打卡只是营销手段,并非最终目的。以文化历史景点为例,所求绝不仅仅是吸引游客前来观光,更要吸引游客了解其背后的文化底蕴,让游客有意愿故地重游,或口碑相传提升景点的知名度和美誉度。

“如何通过短视频实现文旅市场长效、可持续发展是必须重点考虑的方面。”范恒山说。

目前,旅游产品的短视频偏娱乐化,仅凭几分钟甚至几十秒视频所呈现的内容,很难让受众对其背后的文化内涵进行探索和思考。比如,永兴坊的“摔碗酒”吸引了全国各地的游客前来打卡捧碗,但问及为什么要捧碗,不少游客却并不了解。

虽然过于严肃专业的短视频难以吸引各层次受众的关注,但过于娱乐化的表述可能会消解文化内涵,旅游领域的短视频创作者要在两者间寻求平衡。事实上,能在短视频平台走红的景点,往往特色鲜明,有文化、设计或者科技的支撑。

“假如酒店不注重自身服务能力的提升,选择花高价请网红做虚假宣传,会破坏行业生态,也是对‘粉丝’和消费者的欺骗与伤害。”李剑禧认为,短视频应是“景”上添花,而非老婆卖瓜。

内容为王

通过用心的内容引发受众共鸣,才能产生流量

如何通过短视频使旅游产品的竞争力和影响力最大化?随着传播手段不断更迭,“内容为王”的创作原则没有变化,在短视频的赛道上也同样如此。

受新冠肺炎疫情影响,澳门某度假村生意冷清,试图通过短视频提升人气。博鑫公司为其打造了一整套短视频制作方案。

“考虑到澳门游客多来自广东等周边省份,我们将目标受众定为在广东生活的人和粤语使用者。”彭博文告诉记者,为其制作的短视频分为旅游达人讲述入住体验VLOG、购物达人在酒店内拍摄购物的“拆箱”视频、直接推荐畅销和折扣房型的“硬广”等多种类型,这3种形态的短视频在抖音、小红书等平台发布后,大大提升了酒店入住率。

短视频这一旅游市场“种草机”如何避免昙花一现?

“我们生产一条时长1分钟的短视频,从构思创意到拍摄,再到剪辑制作,需要十多个小时。短视频没有标准答案,没有作业可以抄,只能靠自己不断地摸索和试错,找到符合受众需要和偏好的题材和表达方式。”李剑禧说,短视频内容创作者需要有场景思维,为游客发现风景;也需要有平台思维,寻找最适合的主题。通过用心的内容引发受众共鸣,才能产生流量;通过恰当的拍摄剪辑手法全面直观多角度地呈现产品,才能有力拉动消费。

携程内容平台总经理翟羽佳表示:“我们根据用户的信息流和搜索推荐他可能感兴趣的产品,让已‘种草’的用户快速找到自己想要的服务,降低决策成本。希望在短视频‘种草’的基础上,探索旅游行业适用的文旅消费、目的地营销的创新模式。”(据经济日报)