

第一波感染高峰已过 发热门诊“降温”

株洲晚报融媒体中心/刘琼 通讯员/宋星

1月16日上午,在市中心医院发热门诊,几乎看不到前来就诊的患者,以往大排长龙的诊室显得有些冷清。

从早上8时到10时55分,坐诊医生毕婷婷的接诊量一直为零。“来就诊的患者一天减少,发热门诊终于不‘热’了。”在毕婷婷看来,第一波感染高峰已然过去。

作为发热门诊的护士长,38岁的谢建梅清晰地记得这段时间就诊量的起伏变化。2022年12月7日,国务院防疫优化措施“新十条”落地。8日,明确所有的医疗机构不能拒诊核酸阳性患者。很快,一拨又一拨发热患者涌入发热门诊。

“当时感觉前来就诊的患者看不到头。”谢建梅说,平时发热门诊的日接诊量约为100人,到了去年12月14日,日接诊量突破700人,是日常接诊量的7倍。

暴增的就诊量压得每个人都喘不过气。为此,市中心医院紧急从其他临床科室调配70余名医护人员支援发热门诊。最高峰时,同时开设6个诊室,其中包括一个儿童发热门诊。那些天,发热门诊每天涌来数百个阳性患者,尽管医护人员全都做好了防护,但依然无法避免被感染。

2022年12月16日,谢建梅“阳”了。其他医护人员也相继感染,包括来支援的医护人员。

“那时,每天的排班都是个难题。”谢建梅说,医护人员只要不是特别难受,退烧了,就带着“咳嗽”返回工作岗位。

除了就诊量的暴增,最让谢建梅和同事感到压力大的便是患者的病情复杂、危急。由于不少发热患者是高龄老人且合并基础疾病,如何第一时间对他们进行精准分诊,让医护人员倍感压力。

那段时间,她常常彻夜不眠,电话总响个不停,只为随时与临床科室沟通,将患者转入病房。

硬扛了一段时间后,谢建梅和同事也终于熬过了第一波感染高峰。从1月初开始,发热门诊的就诊人数大量回落。目前,日接诊量已降至100人以下。如今,前来支援的医护人员也陆续返回原科室,“降温”的发热门诊甚至也能腾出人手支援急诊科。春节临近,谢建梅和其他医护人员也盼着第一波新冠重症高峰能早日过去,急诊科、重症医学科等科室也快点“降温”。



▲市中心医院方舱CT室,仅有零星的患者进行检查。 通讯员供图

峰。从1月初开始,发热门诊的就诊人数大量回落。目前,日接诊量已降至100人以下。如今,前来支援的医护人员也陆续返回原科室,“降温”的发热门诊甚至也能腾出人手支援急诊科。春节临近,谢建梅和其他医护人员也盼着第一波新冠重症高峰能早日过去,急诊科、重症医学科等科室也快点“降温”。

清水塘大桥启动桥面主梁施工



1月16日,清水塘大桥开始进入桥面主梁吊装阶段。主梁整体分为28段组块,目前已完成3段吊装和南北引桥箱梁混凝土浇筑工作。(株洲晚报融媒体中心记者/张威 摄影报道)



首张新版“一照通”营业执照发出 在株洲开店“一照准营”

本报(株洲晚报融媒体中心记者/易楚瞳 通讯员/李佩儒 肖逸群)“以前开店墙上各种证件要挂一排,现在一证上墙,不仅亮证简单,而且方便美观。”近日,株洲高新区贝恩熙皮肤管理中心包娜女士领到我市首张新版“一照通”营业执照。

“以往个人开店除办理营业执照外,还需分行业与规模再办理卫生许可、食品经营许可证、危化品经营许可证等一系列证件,现在只跑一次,交一次材料,填一张表格即可轻松申领到登记、许可合办的营业执照,大大提高了我们个体户开店效率。”包娜介绍。

2022年,株洲高新区率先在全市试点“一照通”改革,合并办理涉企业经营许可与营业执照。新版的营业执照增设二维码后,“一码”集成消防、卫生许可等多张证照资

料,实现“一企一照、一照准营、跨区域互认”。目前,株洲高新区首批“我要开美容院”“我要开理发店”“我要开便利店”(限预包装食品备案)等事项均实现“一照通”。市场主体只需申办营业执照,提交卫生、消防、城管等其他办证(备案)信息,即可一次性办理加载所有证照信息的新版营业执照。每张执照附有二维码,手机一扫,即可查询经营者的所有证照信息。

“下一步,将在县市区全面推广‘一照通’改革经验与做法,同时优化政务服务旗舰店、‘诸事达’App的网办专区服务功能,完善‘网上办、快速送、不见面’等便民服务措施,让广大企业、人民群众拥有实实在在的获得感。”市行政审批局审改科负责人介绍。

两场促销活动火热来袭 购新车买新衣 有补贴有抽奖

本报(株洲晚报融媒体中心记者/任远 通讯员/邹育婧)近期,我市将先后举行两场促销活动,释放消费潜力,推动消费升温。两场促销活动由市商务局、市发改委主办,分别为“百万抽奖、惠动全城”2023年株洲市汽车消费抽奖促销活动,以及“新年焕新颜、服饰感惠节”2023年株洲市服饰促销活动。

1月16日至2月19日举行的汽车消费抽奖促销活动中,政府出资100万元,市民在株洲新购家用乘用车,在享受汽车品牌、经销商优惠的同时,还可参与株洲惠民补贴汽车消费抽奖。活动设置了一、二、三等奖,奖金分别为1万元、0.5万元和0.3万元。

1月17日至2月17日举行的服饰促销活动中,市政府出资200万元,通过云闪付App向市民发放消费券,鼓励市民去店内消费。消费券分两期发放,第一期发放时间为1月17日上午10点,第二期发放时间为2月2日上午10点。消费券有“100-50”和“200-100”两档,市民在“云闪付”App活动专区领取,每期可领1张。消费时,市民出示消费券核销即可。

市商务局相关负责人表示,希望通过系列活动挖掘消费热点和增长点,进一步释放居民消费潜力,推动一季度经济平稳开局。

街头艺术将成城市文化品牌 株洲街头艺术站微信小程序正式上线,可注册街头艺人、预约站点

本报(株洲晚报融媒体中心记者/温琳 通讯员/赵小茵)日前,记者从市文化馆获悉,我市公共文化服务新品牌——株洲街头艺术站的微信小程序正式上线。

什么是株洲街头艺术站?为丰富市民夜间文化生活,活跃城市文化艺术氛围,树立城市公共文化服务新品牌,在湘江两岸和经济商圈布局,建设株洲街头艺术站,组织开展弹唱、舞蹈、咖啡、戏曲等潮流街头艺术活动,实现文化+旅游、商业、产业的有机融合,推动大文化的繁荣发展,让街头文化成为一张闪亮的城市名片。

为让株洲街头艺术站更好地开展活动,市文化馆打造了微信小程序。小程序主要分为项目介绍、招募公告、站点实况、站点预约4个板块。市民可使用小程序查看株洲街头艺术站的近期消息,还可以注册成为街头演出的艺人、预约街头艺术站站点。

目前我市已在株洲大桥火车头广场附近、河西湘江风光带钢琴广场附近、湘水湾新天地设置了多个街头艺术站站点。市民来到街头艺术站,可以观看弹唱、器乐、脱口秀、舞台剧、戏曲、旗袍走秀等文艺演出,参加读书分享会、文化讲堂等系列文化

好地开展活动,市文化馆打造了微信小程序。小程序主要分为项目介绍、招募公告、站点实况、站点预约4个板块。市民可使用小程序查看株洲街头艺术站的近期消息,还可以注册成为街头演出的艺人、预约街头艺术站站点。目前我市已在株洲大桥火车头广场附近、河西湘江风光带钢琴广场附近、湘水湾新天地设置了多个街头艺术站站点。市民来到街头艺术站,可以观看弹唱、器乐、脱口秀、舞台剧、戏曲、旗袍走秀等文艺演出,参加读书分享会、文化讲堂等系列文化

城市“含兔量”飙升 本地陶瓷企业卖断货,商超百货兔元素抢占市场“C位”

株洲晚报融媒体中心记者/伍靖雯

街头“含兔量”飙升

“瑞兔呈祥”“福兔生财”“玉兔迎春”……1月15日晚,天元区天台路的人行道上,不同风格造型的兔年主题投影灯亮起,吸引不少市民拿出手机拍照,定格美好时刻。

这是市城管局灯饰管理处专门为庆祝兔年新春到来升级的街景亮化装置,新更换的60枚兔年主题灯片,与原有的“福”灯巧妙搭配,让迎新年的韵味除了喜庆更多了几分俏皮。不仅是闪耀的路灯,城区一些主次干道、公园广场旁也在布置兔年主题的花卉景观造

型,不管是别出心裁用仿真绿植塑造的立体“卡通兔”,还是在绿化景观中融入“兔耳”等元素,与沿线的灯笼灯饰等结合,呈现出昼夜兼顾的景观效果。

“目前,我们还在准备兔年新春主题夜景‘灯光秀’。”市灯饰管理处有关负责人介绍,团队不仅从去年年底开始进行“灯光秀”的整体形象策划,并对每一帧画面、每一处色彩进行甄选,力求达到最佳观赏效果,在即将到来的农历春节期间呈现给所有市民。

兔年文创正当“潮”,本地陶瓷企业一度卖断货

生肖文化作为贯穿我国历史文化的符号之一,在传承民俗文化的同时,也点燃了设计师们的灵感火花,我市不少陶瓷企业竞相推出与兔年相关的文创产品。和其他动物生肖相比,兔子除了外形灵动可爱,“兔”字更是自带“谐音梗”,也让这些兔年产品更具吸引力,迎来了一波销量高峰。

比如,醴陵尚方窑瓷业有限公司推出的生肖文创系列最新作品——《大展宏图》生肖瓷盘,表达对即将到来的兔年的美好祝福。该公司有关负责人介绍,“图”谐音“兔”,传递喜庆,对于很多消费者来说,也是新年的好彩头,进一步强化了收藏价值。

潮流文创设计理念、IP塑造意识,也贯穿了本地陶瓷企业研发推出产品的进程,以此进一步提升产品的市场竞争力。湖南陶润会文化传播有限公司产品总监文武介绍,随着近两年国潮和传统文化越来越热,市场上的兔元素产品多是中式兔子样式,该公司在充

分市场调研后,除了延续传统推出了“红兔杯”系列,还重点打造了“萝卜计划”马克杯礼盒,塑造兔子星球、“太空兔”等IP形象,进一步强化品牌和产品风格。

可爱的兔子叠加潮流玩具元素,更能让消费者忍不住“买买买”。“我们去年底在线上平台推出后,很快就卖断货了,真正成了爆款产品。”该公司有关负责人分析,相比传统的兔年主题产品,这一系列更受年轻群体喜爱,一方面是马克杯采用电镀工艺,炫酷的星光色、月光色系展现科技感,还有胡萝卜、玉兔、月球等配件可以随意组合搭配,更符合潮流受众的审美;另一方面,围绕产品进行的故事和场景构建,丰富了产品内涵,让产品与消费者之间形成深度链接和内在互动,提升对产品的价值认同。

“接下来,我们还会继续‘萝卜计划’这一系列产品,在塑造IP中强化产品形象,提升品牌竞争力。”文武告诉记者。

商超百货“兔”味十足

搭上这趟兔年快车的,不仅有本地的文创企业,记者在各大商超百货业发现,消费品普遍刮起了“兔子旋风”。

在沃尔玛购物广场一个出入口附近,最醒目的位置就放了满满一货架春联、挂饰等商品,各式各样的新春装饰品中,一些憨态可掬、萌趣十足的兔子挂件、贴纸也被商家摆在最显眼的地方。“有兔子元素的卖得最好,看着也喜庆。”超市内一名员工说,尤其是一些带兔谐音的趣味春联,顾客特别喜欢。

正在采购的市民孙女士告诉记者,她挑选的春联、挂饰都是兔年元素的,虽然是传统文化的内涵,但都设计出了新潮、活泼的感觉,总共花费只要几十元,但能给家里营造温馨的仪式感,所以这类消费是不会缺的。“过年时家人聚餐,这样的家居装扮更有氛围感,拍照也更容易‘出圈’。”孙女士觉得。

而在神农太阳城内,不少服饰百货门店里,兔子形象的文创产品、日用品已经占据了店里的绝对“C位”,俘获了很多逛街的市民的心。比如,“名创优品”店将新推出的“库洛米”“My Melody”系列玩偶、香薰等日用品,摆放在入门中央位置,潮酷或粉嫩的兔子形象产品,吸引了不少年轻消费者的关注。

另一家零售精品店内,兔年系列的红色口罩、围巾、帽子等产品也走俏多时。该店一名员工告诉记者,过年图个好兆头,比如印有“钱兔似锦”字样的红色口罩,就很吸引消费者逛街时购买,含有兔子元素的围巾、帽子等也是常见的“伴手礼”,目前销量都不错。根据过往经验,接下来一周的销量还会走高。



▲湖南陶润会文化推广推出的萝卜计划马克杯礼盒一度卖断货。 记者:伍靖雯 摄



▲神农太阳城内的“名创优品”店,潮酷或粉嫩的兔子形象产品,吸引了不少年轻消费者的关注。 记者:伍靖雯/摄



▲天台路新更换的兔年主题投影灯。 记者:伍靖雯 摄



▲街头的“兔”元素越来越多。 记者:伍靖雯/摄

