

市场监督管理局提醒

购买粉条 仔细鉴别色形味

本报讯(记者 张勇)粉丝、粉条是广大人民群众非常喜欢的一种食物,是许多家庭餐桌上的家常菜。8月12日,太原市市场监督管理局发布消费提示,提醒消费者购买粉条要把握三步,仔细鉴别。

在消费提示中,太原市市场监督管理局提醒消费者,购买粉条时应首选正规商场、超市和管理规范的农贸市场,尽量选择有品牌、取得生产许可证企业的产品,注意产品的标签标识,

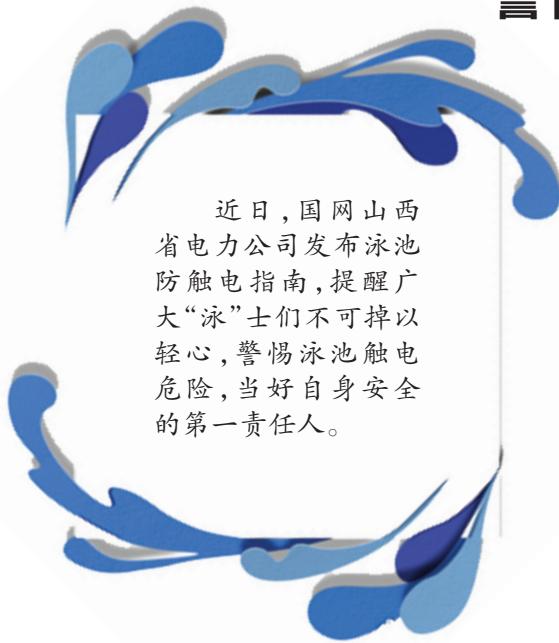
是否标明厂名、厂址、产品名称、生产日期、保质期及配料(重点看配料中使用了哪些添加剂)等内容。

消费者还需把握三步,仔细鉴别。色泽鉴别:添加了过多含铝添加剂的粉丝粉条,一般来说颜色比较鲜艳亮白,而未加含铝添加剂的粉丝、粉条,颜色通常较暗、略微偏黄;形态鉴别:先直接观察,然后用手弯、折,以感知其韧性和弹性,添加了明矾的粉丝、粉条不易折断,未加明矾的粉丝、粉条

比较容易折断。另外可以用开水浸泡1分钟,添加了明矾的粉丝、粉条通常会变软,而未加明矾的粉丝、粉条,1分钟之后还比较硬;气味鉴别:消费者可以取样品直接嗅闻,好的粉丝、粉条气味和滋味均正常,无任何异味。也可以用火烧一烧,如好的红薯粉丝粉条闻起来就是一股红薯的焦香味,不刺鼻,烧完用手轻轻一捏就成了粉末,而添加了明矾的粉丝、粉条,闻起来则比较刺鼻。

太原市市场监督管理局提示:干粉丝、粉条水分活度低,不利于微生物生长繁殖,应在阴凉、通风、干燥、避光环境下保存,保质期一般可达一年,不宜放在冰箱冷藏室等高湿环境下,以免吸潮变质。鲜制粉条的保质期一般为数天至一周左右,购买后应尽快食用,或者按照说明进行冷藏或冷冻储存。特别注意,超过保质期的粉条不应食用,可能会导致身体不适甚至食物中毒。

警惕“池中危险” 游泳也会触电



近日,国网山西省电力公司发布泳池防触电指南,提醒广大“泳”士们不可掉以轻心,警惕泳池触电危险,当好自身安全的第一责任人。

四种情况会漏电

机房潮湿、水管漏水导致电机受潮,以及水泵密封老化、线路老化等情况都会引起水泵漏电。

因为密封不到位,或连接壁灯的电缆长期受消毒药物腐蚀会导致壁灯、水底灯漏电。

有些游泳馆未安装接地装置,如果发生漏电,电流无法导入大地,可能会使与之接触的人发生触电事故。

如在有人游泳的情况下,工作人员在泳池使用电器进行清污作业或者其他维修保养作业,如果电线的绝缘性不好也有可能触电。另外,在恶劣天气下,如雷暴、强风导致泳池相关的电力设施受损,可能出现漏电问题。

预防触电有诀窍

国网山西电力公司介绍,预防泳池触电事故,首先,要选择正规、专业的游泳馆;其次,进入场馆后先向工作人员了解清楚有电力设备的区域,尽量远离;再次,不可到无安全设施水域游泳,若发现游泳馆内正在维修作业,人应立即远离,不要靠近;最后,不可盲目下水施救。

一旦发现有人触电,可使用绝缘工具如木棒等将触电者转移至岸边,同时通知游泳馆工作人员并拨打120急救电话。

如触电者神志清醒,需要有专人照顾、观察情况稳定后,方可正常活动;对轻度昏迷或呼吸微弱者,应立即送医院救治。

对触电后暂无呼吸但心脏仍有跳动者,应立即采用人工呼吸急救;对有呼吸但心脏停止跳动者,则应立刻进行胸外心脏挤压法抢救。

记者 梁丹

要强,不止这一场! 蒙牛携手奥运共创美好未来

当地时间8月11日,巴黎奥运会正式闭幕。作为奥林匹克全球合作伙伴,蒙牛发布“要强,不止这一场”主题电视广告(TVC),再次彰显其与奥运精神的双向奔赴,未来将继续携手奥运传递要强精神,不断为全球消费者带来健康与快乐。

要强共情: 向每个要强的平凡人致敬

本届巴黎奥运会,有太多让人难忘的记忆,令人惊艳的水上开幕式,不断被打破的世界纪录,一次又一次升起的五星红旗,赛场上永不言弃的要强精神……

奥运会之外,在更为广阔的世界里,无数的普通人同样演绎着努力拼搏、永不言弃的人生。他们没有机会登上万众瞩目的舞台,但他们在自己的赛场和赛道上,用各自的经历诠释着同一个主题——要强不止属于冠军,更属于每一个不服输的自己。

要强,依然是蒙牛奥运期间主要表达的品牌主张。但蒙牛此次所致敬的要强精神,绝不是强者为胜,而是每个平凡人的要强,在现实生活中努力拼搏,努力生活得更好的每一个普通人,与大众产生强烈的情感共鸣。

这一点,从蒙牛奥运期间的TVC中得到完整体现。在《营养世界每个人的要强》短片中,讲述了一系列要强的故事:“摔”出27位柔道冠军的柔道陪练教练刘磊磊,工地上的“体操王



子”石神伟,73岁备战全马的爷叔黄财富,从草根到女超的琼中女足,民间“梦之队”嘉陵江跳水队……

紧张激烈的赛期,蒙牛根据赛事热点陆续发布“要强不分奥运赛场”“要强不在乎聚光灯”“要强不止一代人的努力”等系列主题TVC……一句句脍炙人口的Slogan,一次次火爆全网奥运Campaign,蒙牛不断深化“要强”与每个人的关联,也让“要强”真正成为蒙牛与亿万观众沟通的桥梁。

开放共荣: 民族文化在世界舞台绽放

“奥运更开放”是本届巴黎奥运的主题。不但有令人印象深刻的水上开

幕式,还将许多著名地标搭建成为赛事场馆,人文、自然景观与赛事相互辉映,展现了巴黎的开放理念和文化自信。

回望蒙牛的奥运之旅,也处处体现着开放和自信。早在上海奥预赛上,蒙牛集团总裁高飞赠送给国际奥委会主席托马斯·巴赫一把马头琴,展现了中国的民族特色和文化自信。而在嘉奖平凡人的“中国之夜”活动上,马头琴琴音再次响起,这次的表演者是法国的艺术家马修,他以一首蒙古族乐曲《万马奔腾》,惊艳了在场中法各界人士。

让民族文化走向世界,促进文化交流共融。在奥运这个体育与文化深刻交织的顶级舞台上,蒙牛以自信、开放的心态,抓紧一切机会展现中华民族灿烂的文明,承担起向世界讲好中

国故事的光荣使命和责任,也为中法建交60周年献上一份厚礼。

绿色共振: 让可持续理念深入人心

本届巴黎奥运会主打绿色、环保与可持续理念,通过多种创新手段削减温室气体排放,力图创造一届可持续的奥运。

绿色、可持续发展,这也是蒙牛这家从草原走来的企业一贯坚持的理念,与更可持续的奥运理念同频共振。巴赫曾评价说,蒙牛在可持续发展方面展现了卓越的领导力,特别是在乌兰布和沙漠治理方面取得的显著成效,这与国际奥委会的“奥林匹克森林网”计划高度契合,并邀请蒙牛加入计划。

在塞纳河畔,蒙牛大胆打破空间限制,用15万个废弃回收的牛奶盒,打造了一个完全露天开放、近80米长的艺术跑道展区,面向社会公众全面免费开放,让运动更开放,更环保,让更多人参与绿色行动。

要强不止这一场。在巴黎“中国之夜”上,蒙牛宣布,从巴黎奥运会开始至未来数届奥运会,蒙牛都将在举办国举行“中国之夜”颁奖晚宴,以嘉奖每一位要强的人。要强之火,生生不息。面向未来,蒙牛将继续发扬“天生要强”的企业精神,站在世界舞台讲好中国故事,为引领中国品牌走向世界、享誉全球贡献新的更大力量。