

张家界市永定区推行集采集配、一码溯源,切断校园餐“人情链”——

一个“阳光闭环”,重塑校园餐桌

湖南日报全媒体见习记者 沈可心

1月15日,凌晨5点,张家界市永定区崇实小学南校食堂后门,灯光划破了冬日的黑暗。两位学生家长裹着厚棉衣,与学校后勤老师一起,紧盯着一辆印着“流动供销”标识的白色冷链车的车门。

门开,蔬菜的清香混合着冷雾涌出。他们逐箱查验,扫描二维码——猪肉的检疫证明、白菜的农残报告、运输轨迹与温控记录,在手机屏上一览无遗。

自2025年9月起,这样的场景每日上演。一直以来,校园餐都触动社会神经。食材从哪来?采购谁说了算?营养够不够?每一问都牵动人心。

在武陵山脉腹地的永定区,一场试图回应这些追问的改革正在推进:由市委、市政府指导,区委、区政府统筹,区属国企张家界天门旅游经济投资有限责任公司(以下简称“天旅投”)提供平台建设与资金支持,湖南省供销集团全资子公司湖南新供销商贸有限责任公司(以下简称“湖南新供销”)负责整体运营,构建起“统一采购、集中检测、全程追溯、集中配送”的集采集配体系。一个连接164家供应商与20所学校、覆盖4.58万名师生的“阳光闭环”已经运转起来。

这场从一餐一饭开始的改革,能否为备受关注的校园餐管理,找到一条可监督、可持续的新路子?

如何管住“后厨安全” 溯源二维码一目了然

要让谁拍着胸脯保证“校园餐绝对安全”,在今天看来,依然不是一件容易的事。

但在永定区,从分管副区长、校长到供应商,每个人都给出了确信的答复。

过去,这里实行“点对点采购”:区教育局定“白名单”,学校自主选择。永定区政府副区长周琴坦言:“监管是软的,散的。全区八九十所学校,一日三餐,怎么可能次次抽检到位?”

监管难以触及每个角落,食品安全的第一道关,往往就落在了供应商的自觉和学校的“感官验收”上。肉眼观色、手指触感,全凭经验与良心。

2025年初,湖南省将“深化‘校园餐’问题专项整治”列为年度重点;新修订的《湖南省中小学校食堂管理办法》也正式施行。校园餐监管,被推至聚光灯下。

改革的突破口,藏在永定区二家河社区一个1600平方米的集配仓里。



印着湖南供销“流动供销”统一标识的新能源冷链配送车。

从市区出发,道路蜿蜒,穿过稻田与村落,最终抵达一个不起眼的铁门口。这道门,便成为永定区超过半数师生校园餐饮的“总闸门”。

每天,所有进入全区20所学校的食材,必须先送到这里,经过三重关隘:供应商自检、中心标准化快检室农残与兽药检测、分拣前核验。每一批合格食材的数据实时上传至“永定区中小学校食品安全大数据追溯中心平台”,生成唯一溯源二维码。用微信小程序一扫,产地、报告、轨迹、温控等,一目了然,成了家长安心的凭证。

龚政是崇实小学南校膳食委员会成员。改革后,他和几十位家长每周轮流验收食材。“我们看得很‘苛刻’。”他回忆,“有一次黄瓜在运输中有损耗,觉得孩子不能吃,就要求退货,学校和平台都很配合。”

省供销集团副总经理、湖南新供销执行董事刘宇记得,还有学校曾因几百斤肉中一撮未净的毛,或者一筐西红柿有几枚存在压痕,在群里争论不休。

于是,运营方联手区市场监管局、教育局,建立了一套量化验收标准:叶菜类要求叶片完整、无黄斑;西红柿按果径分级,着色均匀;豆腐须当日生产;猪肉肥膘厚度与胴体重量有明确区间。

这套验收标准,既是“挑刺”的依据,也成了严格的标尺。

“以前菜好不好,全看关系。现在不行了,品

相、农残,平台不认就可直接退回来。”老供应商徐长林感慨道。

透明的力量,构建起信任。南庄坪市场监督管理所张远奎表示,改革后针对校园食材的投诉“明显减少”,“现在我们监管也有了抓手,重点把这个平台管好就行。”

流程透明后有哪些变化 孩子们“吃得安全又健康”

当食材安全透明化之后,另一层透明开始显现:流程的透明,改变了人与人之间的关系,也改变了孩子们的餐桌。

“一次入围、二次竞价、三次考核”——这套机制切断了学校和供应商之间的“人情链”。学校在平台上选择由专业营养师制定的带量食谱;供应商则每两周进行一次密封报价。价格与信用综合评分后,谁中标,系统说了算。“廉政风险基本可控。”周琴说。

永定中学党委书记张文超对此感觉“轻松多了”,以前,学校要管采购、对账、协调配送;现在,只需做好最后一关的验收与烹饪。“操心的事少了,我们把精力还给教育教学。”

孩子们从“吃饱和好吃”转向了“吃得安全又健康”。过去,采购常跟着孩子的口味走,“爱吃啥买啥,结果营养不均衡,小胖墩多。”崇实小学南



永定中学的孩子们在食堂吃饭。

校党委书记黄新峰回忆。

如今,孩子们的餐盘里不仅有玉米虾仁、虎皮扣肉、蒜蓉菜心,主食也时常轮换为杂粮饭、红薯饭,于细微处增添膳食纤维。崇实小学南校五年级家长向友慈说,孩子现在常说“学校菜好好吃”,甚至偶尔会挑剔家里的饭菜。

这背后,是一套“营养导向、动态调整”的搭配逻辑。平台专业营养师制定科学的带量食谱后,并非一成不变,而是根据各校学生的用餐反馈持续微调。

永定中学2302班的田柔卿发现,“鸡腿、鲜虾、扣肉会不定期出现,而且每天都会有各种汤品,搭配着吃很舒服。”

2401班的郑瑶雪儿则注意到,饭菜一周不重样,口感也很新鲜。这样高标准的一日三餐,学生每人每天只需缴费18元。

食材供应商的角色,也变得更加纯粹。

张家界千总生态食品有限公司的姚琴发现,自己不用再奔波于各个学校之间协调送货时间,只需按平台订单生产,把货送到集配仓。“我们可以更专心做产品,研究怎么把豆腐做得更好。”

本地种植大户、蔬菜供应商许云勇的体会更深。十年前,他想把自家种的几万斤菜免费送给学校,却因“没有门路”被拒绝。如今通过平台竞价,光土豆和萝卜,他一单就能出货上万斤。“利润薄一点,但量大、稳定。不用搞关系,全凭东西

“附近”消失的今天,如何建设“温暖的邻里”

湖南日报全媒体评论员 李焱娃

近日,56岁的祝新雁阿姨在社交平台意外走红。没有精致滤镜加持,也无刻意编排的剧本,她的视频镜头里,满是灶台窗边的烟火气息、街头巷尾的寻常光景。46.6万粉丝、超948万点赞的背后,是她为日常配上的白描文字——这些看似平淡的记录,恰似一缕微光,不经意间照亮了当下许多人生活中一片悄然褪色的领域。

这片领域,正是人类学家项飙曾提出的“附近”。它指的是那些存在于宏大世界与私人生活之间的“中间地带”——充满灶台烟火、邻里寒暄与人

火锅店开业宴请环卫工,聪明!

朱永华

没有红毯与鞭炮,也没有方方面面的“头头脑脑”出席剪彩,而是连续三天宴请2000名环卫工人,这是呼和浩特一家火锅店别具一格的开业仪式。从网传视频可以看到:店内热闹非凡、喜气洋洋。热气腾腾的火锅旁,环卫工人们品尝着老板精心准备的鲜切羊肉与虾滑,脸上洋溢着笑容。

开业仪式如此“操作”,赢得网友称赞:传达了善意、实现了营销,实为聪明之举。

这份“聪明”,首先在于它是一次真诚而高效的品牌沟通。店主将本可用于传统庆典的资源,转化为面向特定群体的切实关怀。这一举动超越了纯粹的商业推销,向社会清晰传达出尊重劳动者、感恩奉献者的善意。这种正面价值观的主动表达,能在公众心中快速树立起负责任、有温度的品牌形象。其建立的好感与信任,远比短期促销活动更为持久和牢固。

从传播效果看,这场特殊的“开业典礼”所产生的正面影响,丝毫不亚于任何鲜花红毯、嘉宾云集的隆重排场。它本身就是一个极具感染力和传播价值的新闻事件,能够自然吸引媒体与公众的目光。它所承载的“感恩”“平等”“共享”等情感与观念,更具社会意义,也更容易引发广泛的情感共鸣与价值认同,从而让品牌在更深层面被记住和认可。

更为高明的是,这一举措精准触达了一个庞大而稳固的潜在消费群体与传播节点。环卫工人连接着城市的千家万户,他们亲身成为品牌体验者,其真诚的口碑分享,在熟人社交网络中具有极高的可信度。这种基于亲身体验的人际传播,能有效渗透到广告难以覆盖的角落,实现“以小博大”的扩散效应,为店铺带来持续而稳定的社会关注与客源基础,可谓一举多得。

情往来的日常空间。然而如今,这一地带正在悄然消失:或许我们与邻居仅一墙之隔,却互不相识;手机照亮脸庞,却照不见彼此姓名;便捷的外卖快递构建了高效闭环,也让我们失去了走进楼下小店、与老板寒暄的寻常理由。

而祝阿姨所做的,正是以一份诗意的凝视,重新对焦这片已然模糊的“附近”。她的镜头不追逐远方,只安然收揽生活半径内的风景,为寻常事物赋予呼吸与生命:“锅里的油在唱歌”,是三餐最朴素的交响;与同乡人围炉烤火时,“鼻子一酸,又笑着往里靠”,是乡情温暖的共振;看孩童在路边奔跑,“小脚步踩碎回忆,那儿掉着我捡不回的童年”,是对生活的敏锐知觉……她的走红,折射出大众内心深处对人际温暖的渴望,对一种朴素踏实的生活美学的向往。

祝阿姨的镜头与文字,不仅是个人情怀的表达,更是一种社会性的启发。重建“附近”,或许可以从转变我们的目光开始——像她一样,在司空见惯的日常中,打捞起被忽略的细微诗意。进而,珍视并主动创造那些微小的“连接时刻”:一句清晨的问候,一次顺手的相助,或是群里一句温暖的留言。这些善意虽小,却在无声中融化“熟悉的陌生人”之间的薄冰,为共同的社交土壤增添养分。这些细小的转变,将引导我们走进“在地的公共生活”,在参与中感受归属。

这一切的核心,并非复杂的技巧,而是一种亲切、开放的生活意向。它不只关乎物理意义上的隔壁邻居,更在于我们是否愿意勇敢地迈出建立真实连接的那一小步。当越来越多的人开始练习并传递这门“附近”的艺术,我们便不仅是在重建温暖的邻里,更是在为漂浮流动的现代社会,锚定一份珍贵而具体的温暖。



新闻漫画

警惕「消费陷阱」
「特色医疗」

当下,健康需求催生养生行业火热,却有不少养生会所借“特色服务”制造噱头,布设层层隐形套路。从低价体验引流到夸大疗效忽悠,从模糊报价暗藏隐形消费到无资质却涉足医疗、诊疗,这些行为违背商业诚信,侵害消费者合法权益,扰乱行业正常秩序。消费者需擦亮双眼,防止上当。

图/文 吴希

抓住“反向春运”的促消费契机

余明辉

近年来,“反向春运”的趋势愈发显著。不少家庭的春节团聚模式,已从传统的“子女返乡”悄然转变为“父母奔赴子女工作地过年”的新模式。美团旅行数据显示,1月以来,这类“反向春运”机票的预订量增速明显,同比增长约35%。

“反向春运”,是传统观念的一次革新。过去,“回家过年”是根深蒂固的观念,无论路途多么遥远、过程多么艰辛,子女都要回到父母身边。如今,越来越多的人选择“反向春运”,体现了对团圆内涵的重新定义。团圆不再局限于特定的地点,而是更注重与家人的相聚与陪伴。“此心安处是吾乡。”只要家人在一起,无论身处何地,都是温暖的港湾。

“反向春运”还有效缓解了传统春运的压力。每年春运,人流量巨大、交通拥堵等问题突出。“反向春运”使人口流动从单向变为双向,分散了传统春运的客流,减轻了交通运

输系统的负担。这不仅有利于保障春运的安全与顺畅,也提高了社会资源的利用效率。

“反向春运”对促消费也具有积极的拉动意义。大城市拥有丰富的旅游、文化、商业等资源,父母和孩子来到大城市过年,必然会带动一系列春节团圆喜庆消费。从住宿、餐饮到旅游、购物,从文化娱乐到体验新兴消费场景,“反向春运”为城市消费市场注入了新的活力,为城市经济发展提供更有力的支撑。

面对“反向春运”带来的消费新机遇,有关方面应采取更加务实的举措。交通部门可以进一步优化航班、车次安排,增加热门城市之间的运力,满足“反向春运”的出行需求;旅游部门可以整合城市旅游资源,推出适合“反向春运”家庭游的旅游优惠产品和线路,提高旅游服务质量。

(作者系自由撰稿人)

付费“加速包”就是骗局

郭元鹏

春节临近,一些热门地区车票经常“秒光”,各类“抢票神器”活跃于网络平台,推出所谓“全能抢票”“专人抢票”“极速抢票”等功能,并向旅客收取十元至几十元不等的抢票费。

付费“加速包”其实是骗局。1月20日,北京市市场监督管理局发文提醒,“平台抢票”实为“官网候补”,各种所谓的“抢票”手段实为欺骗诱导旅客的消费陷阱。“加速包”号称能优先抢票,其实只是拿着你的信息,去12306官方排队候补,而这本来就是免费的。所谓“加速”,不过是包出出来的噱头,纯粹是抓住你回家的急切心态,变着法儿收钱。

说白了,这就是一场“空手套白狼”的把戏。票都售罄了,再多的“加速包”也变不出新座位来。平台不过是把12306原有的候补功能,包装成看似高级的收费服务,用“价格越高抢得越快”的话术,让你在焦虑中乖乖掏钱。更坑的是,这些平台可能还会收集你的个人信息,频繁用你的账号刷票,反而可能触发12306的风控,导致连正常候补都受影响。真是钱花了,票没到手,还添一堆麻烦。

要打破这个困局,咱们自己得先清醒过来。最靠谱的买票方法,永远是通过铁路12306官方渠道。千万别迷信“付费就能插队”的说法,票源就这么多,公平排队才是真理。

当然,光靠大家自觉还不够,还得有人来“管”。今年北京对某抢票平台开出了罚单,就是因为其虚假宣传。这传递出明确的信号:监管部门正在盯着。春运是大事,关系到亿万人的团圆,对于这类利用返乡焦虑设局敛财的行为,就该持续打击、从严处罚。

一张车票,背后是一份对团圆的期盼。不要让“加速包”这类套路,凉了回家人的心,也给春节添了堵。

(作者单位:江苏省徐州市沛县融媒体中心)