

注意！防控新冠肺炎，这9个都是误区

资料来源：健康中国、丁香医生

从患者逛过的商场回来，就是密切接触者？

判断是否为密切接触者,重点有两方面:一是要近距离地密切接触,二是没有做有效防护。具体调查时,现场流行病学调查人员会做出综合判定。勤洗手、多通风、戴口罩,不去人多密集的地方仍然是防护重点。

企业、商场设消毒通道能阻断传播？

一些企业、商场甚至交通要道布置消毒通道,人员经过时会对全身喷消毒剂或者做消毒处理后再放行。这种措施既是多余的,也起不到切断传播途径的作用,且会对通过人员的健康有潜在危害,应该避免。

用干手器吹手， 能杀死新冠肺炎病毒？

干手器不能有效杀死新冠肺炎病毒。为了防止感染,应经常用含酒精的免水洗洗手液或肥皂水洗手,将手清洗干净后,用纸巾彻底擦干或用暖风干手器彻底烘干。

空气中飘有病毒， 所以不能开窗通风？

在日常通风环境下,空气中一般不会有新冠肺炎病毒。建议每天至少两次开窗通风,这是降低感染风险的有效措施。一般的工作生活条件下,正确佩戴口罩足以保护个人不被感染。

果蔬、肉类上会有病毒，要放一段时间再吃？

病毒通过飞沫、直接接触等方式传播,污染果蔬、肉类的几率很低。建议食物买回家后先用流水清洗,不要放置太久,否则可能变质滋生细菌。

车站、机场过安检 取下口罩会被传染？

火车站、机场过安检等短暂取下口罩,一般不会被传染。在取下口罩时,建议与前后乘客保持一定距离。面部识别结束后立即戴上口罩,整理好个人物品,尽快通过安检通道。

电梯按钮等光滑表面上，
病毒存活时间长？

干净光滑的表面,微生物不容易存活,病毒在一些阴暗、潮湿的地方存活时间更长。电梯按钮、门把手风险比较高,是因为这些地方被频繁接触,交叉感染的风险大。勤消毒、勤洗手、用面巾纸隔开是应对方法。

医务人员乘坐公共交通 会把病毒带出来？

从科学的角度讲,医护人员在进入病房开展工作前,都会按照严格的要求进行科学防护。同时,经过正确的消毒防护措施和院感防护手段,医务人员在离开病房和医院时,都不会携带病毒。

出现发热、乏力、干咳， 一定是被感染了？

不一定。但如果出现了发热(腋下体温 $\geq 37.3^{\circ}\text{C}$)、咳嗽、气促等急性呼吸道感染症状,且有武汉旅行或居住史,或发病前14天内曾接触过来自武汉的发热伴呼吸道症状的患者,或出现小范围聚集性发病,应及时就医。

“电商”显神通 “线上”销菜忙

——大丰农业农村局抗疫助销农产品纪事

通讯员：朱明贵 笏海波

产业为一体的综合体景区暂时歇业。

望着静静的景区，大丰区农业村周一路人同景区经营者一样的人。抗疫复工调研现场，大家从景区蔬菜采摘园和周边建立的农产品种植地得到联想，游客虽然不能进园采摘或者住宿农庄，但我们可以把采摘园及农户第一时间推出，新鲜农产品推上电商平台进行销售呀！大家迅速展开深度思维，决计于2月6日建成“梦幻迷宫 田阿婆菜篮”微店，利用梦幻迷宫300亩的自有采摘园和周边农产品种植地，采取地直采、网上下单、平价销售，从田头到小区，市民通过手机微采购当天发货，生在家里，享受到新采摘的生态时令蔬

随着包包、一箱箱大蒜、茼蒿、甘蓝、山药、青菜和具有苏北风味的面点、禽禽、熟食类等以每天近千、两吨重的进度从“梦幻迷宫”田阿姨菜篮子微店”线上销到了本省及上海等地,梦幻迷宫电商负责人非常高兴,对今后通过电商平台,主推蔬菜套餐模式,实现既提高(平)菜效率,减少人流聚集,又有效解决本园区及周边种植大户、蔬菜基地蔬菜销售难题的业务充满信心,表示加大线上销售蔬菜力度,以更优惠的价格,更亲民的活动,更安全防护、卫生规范的采购和发货流程,让广大市民放心买、放心吃。

《倾力亲为——手机“卖瓜”办实事》

在全民抗疫的日子里，大丰丰禾农场园主朱庆林、乐存香夫妇比其他人“愁胜一筹”。原来，他们计划春节后销往大丰、东台等周边几所中学及农贸市场的10万斤冬瓜，因为疫情影响无法实现销售。2月15日，一场“倒春寒”无情袭来，“这冬瓜怕是要烂掉了”——乐存香一边给一大堆的冬瓜遮姜防寒，一边暗自流泪。

[illegible]

的大丰区农业农村局领导得悉并意识到，如果再不想办法帮助把这些冬瓜销售出去，天气冷暖碰头，这贮存冬瓜不是腐烂，就是霉化，食用适口性不好，老朱的损失将更大。局长杨国峰找来分管农产品产销对接的副局长金铨等，商量如何帮助有农产品滞销的农户排忧解难，希望发动大家广开思路，通过以往合作过的线上线下经营伙伴协力推销。2月20日下午，房金铨带领市场、信息等科室负责人和大街街道的农技人员赶到丰禾农园现场“卖瓜”。在现场，他反复察看冬瓜品质，用菜刀切开观察瓜肉新鲜程度，然后打开手机多角度拍摄冬瓜贮藏现场图片和体现冬瓜新鲜度的视频，当场传送给业已预约联系的上海虹桥、上海农产品批发市场、上海“华润万家”及本区内3家团餐外卖企业，请求对方帮助销售这批冬瓜。大疫无情人有情，上海虹桥、上海农产品批发市场、上海“华润万家”等大型农副产品销售企业，深怀爱农助农之心，在这场疫情阻击战中，承诺全力与丰丰农业农村局完成这一爱心接力，尽快上门洽谈对接，解除菜农的后顾之忧。耳闻目睹农业农村局领导直接与销售、外卖企业交流沟通，乐存香破涕为笑，连声道谢。

梁代表心系市民“菜篮子”

2月15日—18日,一场“倒春寒”裹挟着漫天飞舞的春雪,洒落在大地田野。如同大丰80万亩正处返青拔节的夏熟粮油作物、30万亩大棚设施蔬菜在抗击“新冠肺炎”疫情的特殊时期承受的打击一样,盐城市第八届人大代表、高级农艺师、区农业农村局蔬菜站站长梁文斌的心,盐捺似的难受。

无情的“新冠肺炎”疫情降临后，梁文斌的心愈加沉重。他深知，全民阻击疫魔，城乡市民正常的生活首先要得到保障，其中蔬菜食品的产销是无论如何也不能断档脱销的。因为，大丰的蔬菜产销在盐城乃至全省都是一个重大重点基地，单在上海，大丰就有蔬菜供应窗口40个，由上海商务局、上海蔬菜集团、“菜篮子”工程列为市外蔬菜主保供基地的就有11个，一年仅销往上海的新鲜蔬果、肉蛋奶等食品就达150万吨，年销售额近37亿元，无论是对本区还是对上海市民，源源不断的蔬菜保障供应链一直萦绕在梁代表的心上。“新冠肺炎”疫情阻击战打响后，梁文斌更是以一名人大代表、农技专家、蔬菜站长的责任情怀，以保供为天职，跑菜园、搭大棚，成为全区蔬菜种植户朝夕相伴的老朋友，蔬菜产业园里的“好园丁”。他还结合工作实际写出“特别重大公共事件下的蔬菜生产保供措施与对策”的提案，拟带市人代会交流。

15日晚8时许,肆虐寒潮裹风挟雪如约而至,气温陡降近20度,跌至零下。早在当天下午就把本区将遭超强降温并伴雨雪天气的气象预警通过手机微信、短消息提前推送的基础上,再次拍摄下雪景,连同“抗疫抗寒,保证蔬菜产销安全”的技术措施,以“重要的事情说三遍”的形式,在由种植大户占主体的“农事八点半”和“大丰农业信息”两个共384个微信朋友的微信群中连推三次,对重点大户则打去电话点对点交待防寒保暖措施。第二天一大早,梁文斌冒着严寒赶到了位于白驹镇进步村的新鑫蔬菜专业合作社的蔬菜大棚,他对单守甲等棚内莴苣、茼蒿的保温状况进行检测,对刚刚播种育苗的其它品种管护措施



Two researchers, wearing face masks and winter clothing, are kneeling in a greenhouse. They are examining small plant samples held in their hands. The greenhouse has a transparent plastic covering and metal support structures. The ground is covered with a layer of straw or mulch.



提出防寒防僵防病害技术意见,开出施药处方。

针对新鑫茎叶蔬菜因为疫情影响销售的实际，梁文斌代表已与天河区负责同志联系，落实园区日供3000斤茼蒿、茼蒿的供应协议。紧接着，他又驱车赶往“景农农业”“绿野新中”等输叶蔬菜生产基地，在逐棚逐田检查观察蔬菜受冻情况后，分别提出采用“电热丝、补光灯增温保菜”、“保温保湿、培育壮苗、防控病害”等技术建议，保证已结熟蔬菜按期保质出棚上市和新培育菜苗正常生长，保证有序上市，不因抗疫情、倒春寒而断档脱销。这还不够，梁文斌与电视台配合，把“迎战倒春寒，保证当前及今后蔬菜生产供应”的4条技术措施录制成科普视频，在电视台、农技APP、手机微信群等媒体播放推送。“目前正是防控‘新冠肺炎’疫情的关键时期，保持蔬菜稳定产销意义重大。请广大种植户，合理安排好茬口，积极做好短期和中长期蔬菜栽培管理，确保我区蔬菜长得好，产得出，供得上。这便是我们广大菜农支持疫情防控战役的重大贡献”——视频里，梁文斌这样对菜农朋友们说。（朱明哲）

“田阿婆”提篮销蔬菜

“新冠肺炎”疫情发生后，市场人流量少，农产品销售难构成了一对矛盾，这一矛盾与一些市民和团餐、快餐加工制作企业选购蔬果类产品难以形成叠加后，成为抗击疫情，安定民生的一件大事。对此，大丰区农业农村局抓住工作要害，充分利用第三方电商平台、自建商城、网上市场、手机APP等渠道，通过江苏健康管理中心电商平台、苏宁易购、丰收大地、顺风快递等电商物流企业，在抗击疫情期间大力开展农产品直采直销、订单配送、社区团购等业务，让一份份新鲜蔬菜食品通过绿色“电商”大平台走进千家万户和企、事业单位的厨房、食堂。

《丰收大地——蔬菜“长翅”进万家》

江苏丰收大地实业有限公司作为大型电商销售的一面旗帜,如何在特殊形势下发挥无形市场有力助销蔬果产品的作用?大丰区农业农村局的工作人员与管理层一起动起了脑筋。经过一番策划定制,“抗疫情、助农保供应”系列活动于2月3日正式启动,丰收大地微店、微商城等“亮相”线上平台,以“蔬菜包”配送形式推出网上销售模式,甫一“开市”便“火人”,配送订单300余件。这一“见菜不见人”的抗疫举措被市、区两级农业农村局顺势放大,他们为丰收大地提供了大量蔬菜基地和产品供应信息,并带领公司人员到温

宣传媒介,启动“抗疫情,供保障,时鲜蔬菜送到家”活动。2月7日上午仅2小时,蔬菜礼包销售订单突破1000份。两天后,仅广电一个端口就收到订单千余份,依托江苏健康广播网、江苏广电总台互联网产品中心、江苏交通广播网等公众平台联合推出线上推广引流到江苏健康管理中心电商平台进行销售,各电商平台总计粉丝达150万余。2月10日,他们再度与好享购、苏宁易购平台达成合作协议,日收订单逾五千,一批又一批“用不着上街买”的新鲜蔬菜食品搭乘“丰收精选”走上大江南北城乡市民的厨房餐桌。

《梦幻迷宫——“田阿姨”提篮销蔬菜》

大丰“梦幻迷宫”是国家4A级旅游景区。为防御“新冠肺炎”疫情,这家集休闲旅游、餐饮住宿、研学教育、农业采摘等

《梦幻迷宫——“田阿姨”提篮销蔬菜》