



郑州四中学生取餐处

## 全市各中学备战五一后全面复学“大考” 郑州四中做了个现场示范

### 各中学为五一后全面复学严格把关

针对高一高二、初一初二复学后的工作特点,郑州外国语学校、郑州外国语中学分别制订全面复学后学校教学工作、校园安全、疫情防控工作方案和常态化疫情防控工作标准,并进一步细化本校教职员工和学生分年级、分班级、分期分批错峰返校复学方案。两所学校强化师生健康信息的采集和管理,对所有教职工及学生健康状况进行逐一摸排,确保不漏一人。

为确保五一期间师生防疫安全,郑州一中向全体老师、学生以及家长送上了一封情真意切的“安全信”:为保持疫情防控成果,共同守护广大师生的生命安全,建议五一假期师生不要离开郑州市域。如确需外出,须按照相关要求向学校和所在社区备案登记,返校前必须按要求进行核酸检测,隔离14天。同时,建议大家假期不要到人员密集场所,最大限度降低自己和家人的安全风险。

为了在开学前摸清“家底”,郑州市第二高级中学详细、严谨地了解了师生员工及其家人的身体健康状况和旅行的经历;对高一、高二全体教师进行第二次大数据行程采集,全校师生每天钉钉平台健康打卡,并提供健康码和行程码。针对全面复学后的实际情况,学校还专门制作了全面复学后适用的室内课间操视频,引领同学们在保证安全健康的基础上,进行适度运动,锻炼身体,增强免疫力。

### 二七区复学演练观摩现场会在郑州四中举行

4月29日,二七区各中小学习负责人集聚郑州四中,集体学习观摩四中返校复学疫情防控实地演练。在高三、初三前期有序返校复学的基础上,郑州四中对高一高二、初一初二复学各项方案进一步细化完善,每个校园环节都明确了时间、地点、负责人和应急措施,覆盖了学生入学、课堂教学、食堂就餐、宿舍就寝、厕所使用、卫生消杀等重点环节,每一个环节都精确再精确,确保可操作

性。全面复课后,为了让孩子们保持安全距离,不同年级学生的入校、放学、就餐、如厕都将分批、错峰进行。

为了严密组织校园环境清洁卫生治理,郑州五中组织开展了“搬家式”大扫除。老师们党员带头,全方位开展了无死角卫生清扫。有的擦玻璃,有的清理窗纱、有的拖地擦桌子……校园里到处都是劳动的身影。不仅如此,学校加强了教室、宿舍、图书馆、学生实验

室、体育活动场所、餐厅、厕所等重点场所定时消毒,保持全校场所环境卫生整洁。

复学复课,安全是第一课。即将到来的全市中学全面复学,也是我市全面恢复正常生产生活秩序的又一场“大考”。面对这场“考试”,除了学校竭尽全力、周密部署,也需要家庭和社会各界通力合作,才能确保开学复课科学安全、平稳、有序。

这个春天,我们一起努力。



郑州四中测量体温通道

本报讯(郑报全媒体记者 王红 张勤/文 王红/图)5月6日,郑州市高一高二、初一初二将正式返校复学。为确保复学后校园常态化防疫措施无疏漏,郑州外国语中学、郑州外国语学校、郑州一中、郑州四中、郑州二中、郑州五中、郑州四十七中等各中学做足准备工作:师生健康状况报备、返校复学演练、校园卫生消杀、宿舍食堂防疫安全……竭尽全力为中学全面复学守好“安全阀”。



## 用品质、创新和责任为消费者筑起“白色营养线” 伊利营收连续实现超百亿级增长



### 践行社会责任 会聚全球资源 为健康保驾护航

2019年,潘刚围绕“健康”一词提出构建“全球健康生态圈”。在他看来,健康是全人类共同的梦想。

为给消费者提供更优质、健康的产品,伊利近年来不断深化国际化战略,陆续成立欧洲创新中心、大洋洲生产基地、中美食品智慧谷,先后收购泰国冰淇淋企业 Chomthana 以及新西兰乳业合作社 Westland,完成了对全球黄金奶源带的全线布局。

正是有了全球产业链的积极助力,伊利得以通过产品升级和多元化健康产品矩阵为国民健康提供更全面的保障。为更好地守护消费者健康,伊利不仅积极践行社会责任,累计捐赠2.8亿元支持全民战“疫”,还积极引领行业复工复产,凝聚全产业链力量,让消费者“奶瓶子”不断供。

乳制品行业与消费者的健康息息相关,守护消费者健康和营养不仅是大企业未来发展的核心竞争力,更彰显着大企业的担当。伊利正积极整合全球优质乳业资源、联合全球科研院所和机构打造更优产品,满足消费者的营养和健康需求,为消费者健康保驾护航。

### 品质迈向新高度,超九成家庭选择伊利

品质是乳制品生产的中中之重。2019年,伊利将质量战略升级为品质战略,推动伊利品质管理迈向新的高度。

得益于对高品质的不断追求,伊利品牌影响力也不断增强。凯度咨询数据显示,中国有九成家庭选择伊利。此外,伊利年报显示,“金典”“安慕希”“畅轻”“金领冠”“巧乐兹”“畅意100%”等重点产品销售收入同比增长22.3%。

对于消费者而言,乳制品的品质是他们最关心的。多年来,伊利将品质视为生命,先后与SGS(瑞士通用公证

行)、LRQA(英国劳氏质量认证有限公司)和Intertek(英国天祥集团)达成战略合作,升级伊利全球质量管理体系。此外,伊利也提出建立“全产业链质量管理生态圈”战略图景,集结全产业之力为消费者保驾护航。

### 创新和匠心结合,全方位满足消费者所需

潘刚不止一次提到“不创新,无未来”。一直以来,伊利凭借持续的创新精神与灵敏的市场嗅觉,推出的“安慕希高端畅饮系列果肉型橙&凤梨”新品、“安慕希”咖啡酸奶、“金典娟姗”纯牛奶、“NOC须尽欢”冰淇淋、“金领冠塞纳牧”有机奶粉等均取得了成功。

同时,伊利还积极拓展健康业务线,“圣瑞思”咖啡、“伊刻活泉”火山低温矿泉水、“伊然乳研”饮料等健康产品的出现,让人们感受到了伊利大健康魅力。

伊利的一系列新品构建了伊利多层次、梯队化、多元化的健康产品体系,进一步促进了伊利业绩的可持续增长和竞争

优势的不断提升。报告期内,公司新品销售收入占比19.4%,较上年同期提高了4.6个百分点,成为伊利业绩新的增长点。

伊利产品热度的持续高涨,与其对创新研发的努力密切相关。财报显示,2019年,伊利集团在研发费用上的投入达4.95亿元,同比增长16%。

4月28日,伊利股份公布2019年年报及2020年一季报。年报显示,2019年,公司实现营业总收入902.23亿元,同比增长13.41%,净利润70亿元,同比增长7.73%,营收连续实现超百亿级增长,展现出领先的规模优势和持续稳健的增长能力。同时发布的一季报显示,今年1~3月,公司实现营业总收入206.53亿元,净利润11.53亿元。终端数据显示,目前生产、销售已全面恢复,显示出企业强大的抗风险能力。

伊利董事长潘刚表示:“无论面对怎样的挑战,我们承担全球责任的决心从未改变,我们对可持续发展的追求从未改变,我们追逐健康的梦想从未改变。2020年,伊利将迎难而上、筑新致远,继续发挥全球品牌优势、资源优势、创新优势、渠道优势,致力于成为全球最值得信赖的健康食品提供者。”李冬生