

文明祭祀带热鲜花市场

菊花销售价格涨一倍



4月2日，在泰安路一花店，不少市民前来购买鲜花祭祀先人。
见习记者 辛周伦 摄

本报4月2日讯(见习记者 辛周伦) 清明节来临，市民祭扫活动渐入高峰，用鲜花祭奠亲人，作为一种文明的祭奠方式，已经被越来越多的人接受。2日，记者走访市区多家花店发现，花店里的黄菊、白菊、百合等素色鲜花销量大增，菊花售价也翻了一番。

上午9时，在泰安路梦云鲜花店，3位顾客正在等候购买鲜花，店主忙得不亦乐乎。“这两天购买、预订素色鲜花的顾客多了起来，清明节期间菊花最为抢手，每天的销售量在近百枝。”花店老板告

诉记者，今天一大早，就卖出了12束鲜花。

前来购买鲜花的刘女士说，前些年她也是提着一大袋各种各样的冥品去祭祀，今年她打算花100元提前预订两束菊花，“用鲜花祭奠亲人，既不破坏环境，还能减少火灾隐患，我觉得挺好。”

一个小伙子预订清明当天一个大花篮，还预订了8束鲜花，他笑着说：“鲜花祭祀是以后的一种趋势，多买几束，让爸妈也改改老习俗。”

记者走访六七家鲜花店了解到，平日每支菊花的零售价在2—3

元，近3天，受到清明节等因素的影响，价格出现上涨，在4—5元，而其他鲜花仍维持原价。梦云鲜花店老板介绍，菊花平日里极少销售，只有在清明节前或者“七一”时，需求量才相对大一些。

据黄海一路一鲜花店老板介绍，清明节表达怀念的鲜花以黄、白色菊花为主，也可以搭配代表“百年好合”的百合花、寓意“思念”的勿忘我等花朵，以及代表“纯洁、高贵的爱”的白玫瑰。“其实没必要刻意追求花之寓意，用素雅的色彩就可以很好地传达哀思。”他说。

●相关新闻

公安消防提醒
清明注意防火

清明节扫墓，要注意防火。对此，本报记者采访日照公安消防部门，他们给扫墓的市民提出了防止火灾的建议。

公安消防部门建议，在林区、山林或其他场所祭扫时，最好不要动用明火，防止火烧连“林”，如需动用明火必须做到人走火灭，严禁吸烟和乱扔乱丢烟头，祭奠完毕后应确保余火已熄灭后方可离开；扫墓时最好携带铁锹、水桶等灭火物品，以防疏忽造成突发着火。倘若不慎引发火灾，切不可盲目逃离现场，可充分利用身边可以灭火的物品进行扑打，例如树枝、水桶、铁锹等，并立即请求周围群众支援，及时拨打119电话报警。

不要在小区内草坪上、燃气管道旁、高压线下、汽车旁、化粪池边、芦苇草垛及工地、工棚附近焚烧香纸、燃放烟花爆竹，防止因燃气泄漏或引燃沼气而发生爆燃。另外，祭扫人员要掌握必要的逃生自救知识，一旦发现火情，及时报警，学会自救。 本报记者 徐艳

遭遇山火
逃生自教学问多

清明时节，春暖花开，正是游山玩水的好时节。消防部门建议，在山林中一旦遭遇山火，要尽力保持镇静，运用以下防护措施和逃生技能进行安全逃生。

山林火灾中对人身造成的伤害主要来自高温、浓烟和一氧化碳。因此，一旦发现自己身处山林着火区域，应当使用沾湿的毛巾遮住口鼻，附近有水的话，最好把身上的衣服浸湿。

判明火势大小，火苗燃烧方向，逆风逃生，切勿顺风而逃。

当烟尘袭来时，用湿毛巾或衣服捂住口鼻迅速躲避。躲避不及时，应选在附近没有可燃物的平地卧地避烟。不可选择低洼地或坑、洞，因为低洼地和坑、洞容易沉淀烟尘。

如果被大火包围在半山腰，要快速向山下跑，切忌往山上跑，通常火势向上蔓延的速度要比人跑的速度快得多。 本报记者 徐艳

日照发布春季禁火令
森林边缘500米内禁火

本报4月2日讯(记者 张永斌) 日照市人民政府日前发布春季防火期森林禁火令，禁火区域为所辖行政区域森林(山林、林场)内及距森林边缘500米范围内(正常住户限居住区之外)，禁火期截至5月31日。

禁火令要求任何单位和个人不得在禁火区域从事烧荒，焚烧农作物废弃物，上坟烧纸、烧香，燃放烟花爆竹，吸烟，烤火，野炊等用火行为。不得携带火源、火种和易

燃物品进入禁火区域；在禁火区域从事登山、祭祀、庙会等活动的，应当遵守森林防火的有关规定，并服从森林经营者的防火安全要求。无民事行为能力人和限制民事行为能力人进入禁火区域，监护人要履行监护义务，森林经营者要履行好监督管理职责；在禁火区域进行爆破、勘察和施工等活动，必须经市以上林业主管部门批准，并采取必要的防火措施，做好灭火准备。

对违规用火者，将坚决执行

“四个一律”，公职人员一律开除公职；非公公职人员一律从重给予经济处罚。对在场不予制止或制止不力的领导干部，一律给予行政处分。对引起森林火灾造成严重后果的，一律依法追究刑事责任。未经批准擅自在禁火区域野外用火的经济处罚，由县级以上林业主管部门责令停止违法行为，给予警告，对个人并处200元以上3000元以下罚款，对单位并处1万元以上5万元以下罚款。

安利管培生与高管面对面

全方位打造职场梦想



本报讯 刚参加完毕业典礼的90后硕士研究生常丹，手上已经拿着安利公司的管理培训生offer。3月27日，她来到安利(中国)总部，参加为期两天的“我来Amazing”管理培训生生活力营。“我已经迫不及待的想加入公司，接受挑战性的工作”，7月才会正式加入公司的她说道。

常丹仅仅是此次安利公司20多位新晋管理培训生中的一员，这些来自全国各地的“准员工”来到安利中国的总部，参加为他们量身

定制的“提前融入计划”。

如今，管理培训生项目已是各大企业招揽顶尖人才的传统方式，但是，像安利公司这样，数十年如一日，在招聘、筛选、培养等整个管理培训生项目的链条上仍然投入很多的时间和成本的公司寥寥无几。

此次，安利公司为这些“准员工”定制的为期两天的生活力营活动，包括了解公司、企业文化、价值观等的培训和参观活动，还特别设

置了“我的华丽变身”环节，帮助他们进行从学生到职场人的转变。

此环节分为“职场心态”和“专业形象”两部分，透过小组演绎职场案例中面临的挑战及解决方案，由资深主管给予点评和经验分享，帮助培训生了解未来工作环境，掌握由学生转换到职场人角色的技能；而在专业形象部分，会邀请专业美容/形象师为培训生们上一课，现场搭配在不同职业场合的着装，以及商务礼仪的注意事项。学生们都表示很实用，现场的试穿还带点稚气的他们“五分钟变杜拉拉”。

而在“高管Hi-Tea我来享”的环节，管理培训生们与安利大中华总裁颜志荣、安利大中华人力资源副总裁张玉珠进行零距离互动交流。他们围绕“梦想、成长、乐活”三大关键词与高管谈心。“大学毕业时的梦想是什么？”、“升级为管理者后，有没有遇到过什么窘事或者令人尴尬的情景？”、“压力大的时候，怎么减压？”……这群90后学徒毫不怯场，抓紧时机向高管发问。

这也是安利公司对今年校园

招聘宣讲会设置的“梦想卡片”的兑现：学生在宣讲会现场收到一张“梦想卡片”，填写入职安利第一个月的愿望，其中一项便是“与高管喝下午茶”，应聘成功的同学在入职时将实现他的愿望。参加活力营的管理培训生大部分都是90后，他们的择业观俨然与70、80年代的不同。“我看重的是公司能否提供一个平台，有足够的发展空间。”硕士毕业的常丹说。确实，在工作这件事上，90后有着自己的现实考量。1980年代找工作的人，会问你给我什么样的工作，到1990年代，会问是否能够上保险，2000年以后毕业的求职者则更关心你能给我什么样的培训、成长。“我觉得这不是所谓的现实”，常丹说，“我们只是想找合适自己的，能够学到更多的、长远发展的平台。”

Arric汪世荣是安利第一届的管理培训生，在2002年加入公司，已与公司一起走过十年。现任生产运作工程高级经理。作为80后的他，所带的团队包括了70、80、90后的员工，“70、80年代的员工责任感很强，重视工作、家庭，对上司比较尊敬、服从，与他们的沟通需要以

专业为主；90后员工思维很活跃，亲和力强，但不喜欢说教式的管理风格，需要引导他们，帮助他们想问题，像朋友一样相处。”对于新晋的管理培训生，Arric还建议，可以看得远一点，多与有经验的老前辈沟通，会对自己的发展很有帮助。

从2002年到2012年，在中国最顶尖的上百所高校里，安利(中国)从未掩饰过对于优秀人才的渴望，他们一直在寻找，并吸纳、储备优秀的管理人才，在这十年里，安利(中国)优秀雇主品牌的形象也渐入人心。2007年，安利(中国)面向全国重点高校招聘培训生。目前，招聘的管理培训生很多已经成长为该公司的中层管理者。安利公司相关负责人介绍，管理培训生项目(Management Trainee Program)是公司“以发掘和培养公司未来高潜质梯队人才”为主要目标的特殊项目。每年安利都从高校中直接招募优秀毕业生，并为他们提供全面而系统的人才职业发展计划，帮助他们构建更高的职业发展平台，获得更快速的个人成长机会，从而真正成为企业未来发展的高潜质梯队人才。(安文)