

年轻人“不讲究”，正月是否剃头不再考虑舅舅

大年初二就有顾客来理发

本报2月22日讯(记者 聂潇潇 王晓云) 正月里不理发是东营春节期间的一个习俗。日前,记者探访东营理发行业发现,这一习俗对理发行业虽然有影响,但是正在逐渐变小。现在一些规模较大的连锁美发店已经迎来不少顾客,前来理发的顾客也表示不会迷信那些没有科学依据的说法。

2月22日,记者在东三路几家规模较大的美发店里,看到不少正在理发的顾客。一名发型师说,从初八营业以来,每天都有十余名顾客,而且理发的比做发型的要多。“平时有五十名左右的顾客,虽然本月对营业额有一定影响,但大家对正月理发已经越来越释然了。”这名发型师介绍,大年初二值班时,还有一名年轻的男顾客来理发。

“一天平均能接待二三十名顾客,年轻人居多,店里六个发型师都没有闲着,对我们没什么大的影响。”东城一理发店的工作人员表示,每年的大年初四就要开门营业,为的是不影响顾客光临。“根据往年的经验,从正月十五往后,来理发的顾客就会逐渐增多。”

记者调查发现,这一习俗对一些大的理发店影响不大,但是一些小理发店则直接关门放假到元宵节后再上班。同样,虽然这一习俗的影响正在越来越小,但是依然有人坚守这一传统。

为了能坚持住不在正月理发,市民马先生年前一直拖到腊月二十五才去理发。“理得太早,一个月不理发头发就会长太长。”马先生说,从小就接受正月不能理发的观念,虽然长大了知道这是误传,但还是一直谨遵出了正月再理发的传统。“我自己倒无所谓,有个舅舅跟我一个单位,被他看见实在不好。”

记者查阅相关资料得知,“正月理发死舅舅”是一种误传,“死舅”实际上是“思旧”的谐音,是汉族对明朝旧君思念,在传习过程中产生变异,逐渐与原意相差越来越远。



市民正在选购汤圆。本报记者 聂潇潇 摄

正月十五闹元宵 特色汤圆卖得俏

本报2月22日讯(记者 王晓云 聂潇潇) 元宵节到来,汤圆是不可缺少的传统节日食品。记者走访发现,不仅线下卖得火热,网购汤圆也颇受市民欢迎。

记者在超市看到,汤圆被摆在了醒目的位置。三全、思念、湾仔码头等品牌都推出了多种口味的汤圆,除了芝麻、花生等传统口味以外,巧克力、抹茶、蛋黄等一些口味新奇的汤圆,还有制作新式的水果汤圆、水晶汤圆颇受市民欢迎。

东三路一超市的导购员介绍,购买花生、芝麻馅的传统汤圆多以中老年人为主,而水果馅的新式汤圆更受年轻人青睐。价格方面,新式汤圆价格明显高于传统汤圆。

有的超市则设立了传统手工制作汤圆销售区,工作人员现场用糯米粉、黑芝麻等原料现场制作手工汤圆。现场制作的传统手工汤圆一斤卖到12.8元,比袋装的成品汤圆贵一些。

眼下,网上购买汤圆也颇受市民青睐。在淘宝网搜索“汤圆”,就跳出不少品牌产品,而其中属“即食干吃汤圆”卖得最火。销量最高的某网店,一天能卖出好几百袋。“干吃汤圆严格来说不是汤圆,而是一种汤圆形状的小点心,原材料是糯米粉,口感类似麻薯。”网络卖家介绍,这样的“汤圆”是独立小袋包装,保质期为6个月,食用起来比较方便。

广饶花卉产品 迈进出口时代

本报2月22日讯(记者 张婧婧 通讯员 王绍华 王洪玲) 近年来,广饶县积极推进花卉产品出口工作,进一步拓宽花卉产品销售渠道。2015年10月,随着山东东方花卉有限责任公司生产的红掌通过日本海关检验检疫,顺利进入日本市场,标志着广饶县花卉产品迈进出口时代。

自2014年7月份以来,该公司积极与日本大创株式会社沟通,经过多次实地考察,终于达成合作意向,同时,组织专人办理相关程序,重新设计包装形式,顺利通过了山东出入境检验检疫局出口基地认证,为产品顺利出口奠定基础。

此次出口红掌盆栽共计945箱,3万余盆,销售额达到18万元。合作成功后,山东东方花卉有限责任公司每月可增加9—15万盆销售量,全年出口销售额将达到600—1000万元。广饶县花卉产品的成功出口,表明了国际市场对广饶县花卉产品的认可,必将带动全县花卉产业发展迈上新的台阶。

全市开展粮食仓储设施摸底调查

本报2月22日讯(记者 张婧婧) 为科学、合理设置政策性粮食收储库点,方便农民售粮,市粮食局决定在全市范围内开展粮食仓储设施摸底调查工作。

一方面,摸清全市纳入统计范围的粮食企业仓储设施的总量、布局、状态和利用情况,为启动粮食最低收购预案提供基础数据。所调查的粮食仓储设施必须是5月底前建成并投入使用的。另一方面,为确保调查结果真实、不重不漏,按照“在地原则”和“全覆盖原则”,做到“有库必到、有仓必查、查必准确”。