

如果时光倒流40年 你最想和谁拍全家福

扫描二维码郑州晚报“幸福照相馆”帮你圆梦

幸福照相馆



一场跨越时空的团圆

跨越时空 **全家福** 不见不散

郑州晚报 公众号携手央视财经、腾讯共同打造的春节全家福小游戏“幸福照相馆”。就算你无法和家人团聚，也依然能够生成一张完美的全家福。



台成属于你的全家福

幸·福·照·相·馆·正·式·开·馆·啦



如果时光倒流40年,你最希望和哪位家庭成员出现在同一张照片上?而今天,你又最想和40年前的谁合一张影?
郑报融媒记者 闫佳佳

在过去的40年间,中国人的生活发生了翻天覆地的变化。40年间,一张又一张全家福记录着一个又一个家庭成员的降生、成长、成才,成为家庭的担当,记录着生活的起伏,也记录了另外一些家庭成员的老去,甚至离去。而在生活品质不断提升的同时,越来越多新一代的家庭成员离家越来越远。他们在别的城市学习、工作,甚至为了追求自我发展而远渡重洋。相聚的时间转瞬即逝,拍上一张全家福,开始慢慢变得不再容易,甚至变成一种奢望。

你有多久没拍过全家福了?又是一年春节,你会拉上所有的家庭成员,一起拍张全家福,然后郑重地放进家庭相册里,或是晒在朋友圈吗?或者,总有人因为种种缘故缺席,总有遗憾难以弥补?

郑州晚报携手央视财经、腾讯共同打造的春节全家福小游戏“幸福照相馆”,通过科技的力量,让你

只需拿起手机,就能快速定制特别版全家福,不同年代、不同风格任你选!

每个参与者只需通过手机上传家庭成员的照片,便可获得从1970年代到现在不同年代风格的全家福——有黑白,有彩色,有军装,有华服。这些照片风格反映了中国在改革开放40年间的时代变迁,也反映了中国人生活状态和心态上的转化。一张全家福,也许难以让空间上的相聚彻底实现,却足以让精神上的团圆不再缺席。

在历史的发展进程中,40年仅是沧海一粟。但细致到个人,却可能是半生时光。时间不会停下脚步,更不会倒流,一代代人的音容笑貌由远及近,又由近及远,关于家庭的美好记忆却永远不会磨灭。这些记忆保存在一张又一张全家福里,随时等待着被人们唤起。和它们被一同唤起的,还有中国人对家庭的理解和对团圆的渴望。

春运10天,已有758万人搭顺风车返乡 郑州到开封叫滴滴的人最多

本报讯 2月1日春运正式拉开序幕,“人类最大规模的周期性迁徙”开始上演。伴随着高铁网络不断完善、科技发展以及人民生活水平的提高,今年这条漫漫回家路上将出现不少新变化。

2月12日,滴滴顺风车公布了今年春运首个10天(2月1日~10日)的数据。数据透露,已经有758万人乘坐顺风车返乡,占到同期铁路发送旅客数(9000万)的8.42%,民航发送旅客数(1601.91万)的47.3%。在春运前10天产生的顺风车出发订单中,郑州进入热门出发地前十,位列第十。

数据显示,大部分顺风车旅途距离在30公里~100公里,行驶时间范围为1小时到4小时,占到了春运10天订单的51%。以郑州为出发地最热的目的地是开封,以郑州为目的地最热门的路线同样是开封到郑州。

目前已出行的订单中,最远的一单是从宁波到楚雄州,距离

长达2400多公里。而在这10天中,从郑州出发的已完成订单中,最远的一单是从郑州到泉州,距离长达1544公里。

与铁路、民航等传统出行方式相比,顺风车能更好地满足人们的个性化需求,受到了人们的青睐。比如顺风车公布了一个有趣的数据,春运前10天,共计运送了12万只宠物。喵星人和汪星人也可以跟主人回家过年了。从郑州出发的订单中,有0.95%的订单是带宠物出行。

另外,这10天,共有17436个订单被车主免单,免单金额达120万元。在从郑州出发的订单中,共有375笔订单被免单,金额总计37795元。

滴滴顺风车此前预测,今年春运期间预计运送3300万人次。第三年加入春运,顺风车的共享出行方式已然成为铁路、民航、大巴等常规运力之外的重要补充。郑报融媒记者 肖雅文

开展“三品”专项行动 促“郑州造”由大到强

3年后,郑州将培育5个全国“质量标杆”

本报讯 市政府办公厅近日发布《关于开展“三品”专项行动加快制造业高质量发展的实施意见》,我市将开展增品种、提品质、创品牌“三品”专项行动,努力实现“郑州造”由大到强的新跨越。

《意见》明确,到2020年,“三品”专项行动取得积极进展,战略支撑产业实现引领发展,传统优势产业得到巩固提升,新兴产业不断壮大,市场环境进一步优化,制造业供给产品的品种丰富度、品质满意度、品牌认可度显著提升。

创建20个省级“质量标杆”,培育5个全国“质量标杆”,培育3个省长质量奖企业,中国质量奖(提名奖)企业实现零突破,制造业产品质量监督抽查合格率在94%以上。

“三品”重点任务:

增品种、提品质、创品牌

扩大中高端产品,支持企业围绕加快产品升级换代、发展中高端

产品开展技术革新和改造,增加重大装备、汽车和零部件、新型材料等供给,每年滚动实施100个工业新品;培育工业精品,大力推进精品制造,提高研发和创意设计水平。

开展“质量标杆进百企”活动,培育企业“大工匠”,建设“大工匠”工作室,开展技术攻关、解决生产难题、创新完善工艺,促进新产品开发、品质提升、品牌打造;加强原料和运输保障,强化质量安全源头控制。

以食品和消费品为重点,组织企业参加西安食博会、上海服博会、成都糖酒会和省五大产业链产销对接大会等各类展会和产销对接活动,提升郑州品牌知名度,扩大郑州品牌影响力。实施“品牌上云”计划,依托郑州工业云平台,组织开展知名品牌企业与电商企业对接活动。选择一批知名企业集团、大型商业零售终端作为“郑州名品进名店”试点名店。

郑报融媒记者 董艳竹