

荥阳市民马英 当选四月“中国好人”

本报讯 昨日上午,从荥阳市委宣传部获悉,由中央文明办、中国文明网主办的“我推荐、我评议身边好人”活动4月“中国好人榜”名单日前公布,该市民马英当选“孝老爱亲”类别的“中国好人”。

据了解,马英,女,64岁,家住荥阳大山深处,家里共3口人,除了马英,还有两个智障的小叔子,生活都不能自理。40多年来,这个坚强的女人为了公公临终时的一句嘱托,从繁琐的家务到田间的农活,用山村妇女特有的坚韧苦苦支撑着这个家。她是两个憨傻兄弟的嫂子,但她用母亲般的大爱陪他们走过

了40多年的人生之路。40多年过去了,已经64岁的马英始终恪守着自己的诺言,倾其所爱、无怨无悔地照顾着两个憨傻兄弟,深情演绎着“老嫂比母”的古训。

原来,年仅22岁的马英嫁到杏花村,同小她两岁的刘延明结了婚。这是一个8口人的特殊家庭,除了公婆和丈夫,下面还有5个生活不能自理的憨傻兄弟。面对此情此景,朴实善良的马英没有后悔,很快融入其中,默默尽着自己的本分,她孝敬公婆,善待兄弟,这个特殊的家庭也传出了久违的欢笑声。谁知好景不长,婚后6个月时,马英的公公因病

去世。临终前,公公把马英叫到床前,叮嘱她一定要照顾好婆婆和5个小叔。此后,马英帮助丈夫挑起了照顾母亲和憨傻兄弟的担子,一挑就是几十年,其间3个兄弟相继去世。2006年,马英的丈夫因病去世后,在市区给儿子带孩子的马英又回到了大山深处的家里,独自承担起照顾婆婆和两个小叔的沉重担子。马英的事迹感动了邻里乡亲,受到了人们高度评价,并被推荐参加了“中国好人”的评选。

据悉,目前荥阳市入选“中国好人榜”的人数已增至2人。 郑州晚报记者 杨宜锦 通讯员 杜素敏 王书杰

溪畔美域:销售信息未公开 市民呼吁有关部门严查

本报讯 近日,上街区市民王先生来电反映,上街区溪畔美域在销售商品房时,没有按照规定公布房价、销售进度等信息,存在欺诈嫌疑。

在王先生的带领下,记者来到溪畔美域销售中心,在南墙上挂着一块展板,上面有销售控制表,但只公布了房号和面积,没有房价、销售进度等关键信息。

一位自称姓任的男性工作人员说,去年9月开始售房时,他们就制作了销售控制展板,但

上街区房管中心一直没有要求他们对房价、销售进度等信息在展板上公布。

随后,记者与上街区房管中心房管科工作人员来到溪畔美域销售中心,销售员指着销售控制展板一侧的数张A4纸称,这是他们公布的销售控制表。而上街区房管中心房管科一工作人员说,他们已要求每个房产销售单位制作销控表了。

市民王先生说,像溪畔美域这样的企业,不公开销售信息,有关部门应该严查。

据河南阳光国基律师事务所律师秦华介绍,国家发改委2011年发布的《商品房销售明码标价规定》第六条规定,商品房经营者应当在商品房交易场所的醒目位置放置标价牌、价目表或价格手册。在郑州,房企要以展板等形式公布房号、面积、房价等信息。用A4纸公布存在非常大的随意性,不是主要的公布形式。如果用A4纸公布,还需要展板等形式相应。

郑州晚报记者 姚辉常

金水区

启动“人大代表进网格”实践活动

本报讯 昨日上午,金水区人大常委会在文博广场开展了驻金水区各级人大代表参与“三走进、三郑州”暨“人大代表进网格”活动启动仪式。据悉,本次“人大代表进网格”集中实践活动,从5月开始至12月结束,之后将转入常态化。按照代表所在选区,结合街道的三级网格设置,将人大代表分配到各级网格中,各级人大代表要和所在网格建立共建机制,每月至少开展一次“四进四访”活动,了解居民的生产生活状况,助困解忧。

郑州晚报记者 王翠

中原区行政执法局

组织力量净化校园周边环境

本报讯 为加大校园周边环境整治力度,针对季节变换出现的占道经营增多,特别是无证游商经营小吃、小食品增多,中原区行政执法局派驻汝河中队组织执法力量开展净化校园周边环境整治月行动,为辖区广大师生营造一个良好的教学环境。同时,还积极引导拒绝垃圾食品,自觉抵制假冒伪劣食品和“三无”食品,培养良好的食品消费习惯和强烈的自我保护意识。 郑州晚报记者 董占卿 通讯员 宋珂

经开区

与企结合反腐倡廉进工地

本报讯 22日,在经开区滨河国际新城项目部,经开区纪委和中建七局联合开展了以“工程优质、干部优秀”为主题的联创廉洁文化示范点活动,这在该区是首创。此次与经开区纪委开展联创廉洁文化示范点活动,是深入推进以廉洁文化建设促进反腐倡廉建设的一项重要举措,是地企相互依托、共建联创的创新模式,有利于工程质量的有效保障,也有利于干部职工的健康成长。

郑州晚报记者 王赛华 通讯员 赵桂荣 王倩倩

凉茶创始人后人再次走向台前,告知两个红罐的不同

“90年代将祖传秘方独家传授给加多宝,从未授予其他企业或个人,过去是,现在是,将来也是。”作为“王老吉”创始人王泽邦的第五代玄孙女,王健仪面对镜头再次强调如今拥有“王老吉”商标权的广药集团生产的“王老吉”凉茶实际是名不副实,与过去加多宝生产的红罐“王老吉”根本不同,配方、工艺、口感都发生了变化。

加多宝首创红罐 独家授权配方造就正宗凉茶

17年间,加多宝生产的红罐“王老吉”都是沿用了王健仪独家传授的凉茶配方,开创了“集中提取,分散罐装”的工业化生产模式,保证凉茶生产的标准化和产品新鲜度、品质、口感的一致性。

配方不同,工艺不同,当然口感也不一样。消费者无论走到哪里,打开的每一罐加多宝凉茶都是他记忆中的味道,与此相反的是,有消费者反映,广药生产的红罐王老吉口感一直在变,且越来越接近竞品红罐加多宝凉茶。

试问,一种传承近两百年的配方,怎么可能一直在变?同时,更有消费者注意到,广药生产的红罐王老吉与绿盒王老吉的味道也不一样,难道广药本身就有两个“正宗”配方?

此“王老吉”非彼“王老吉” 广药多地被起诉

近日,来自山东济南和辽宁沈阳的两位消费者先后以虚假宣传将广药王老吉大健康产业公司告上法庭,正是因其“红罐”王老吉的口味“发生了改变”,同时宣传语“从未更名”导致了消费者的错误购买,被业界称为中国“口味

维权”第一案。

事实上,此“红罐”王老吉是广药集团生产,已非2012年以前加多宝使用“王老吉”商标生产的红罐凉茶。在消费者看来,如果不是加多宝生产的“原来那个味儿”,就是在山寨,就是在欺骗。

业内人士表示:“广药应对王老吉凉茶进行重新梳理,找到王老吉的品牌定位。如果能够红罐王老吉并入绿盒体系,生产绿盒、绿罐王老吉产品,不仅可以改变如今自己的红罐打绿盒的局面,更有助于打造统一的品牌形象,建立大一统的品牌地位。” 王虹文



踊跃献血 用爱心守护生命