

郑事

走进廊道 走进森林 走进社区 认识郑州 热爱郑州 奉献郑州

老干部赞绿色郑州、生态郑州、美丽郑州 既有城市的便利 又有优美的环境

10月19日和20日,来自新密市和新郑市的离退休老干部参加“三走进 三郑州”主题活动,空气清新、景色怡人的生态廊道、森林公园,规划到位、如火如荼的华南城以及新型农村社区,给老干部们留下了深刻印象。活动结束后,几位老干部恋恋不舍,诗意大发,你一言我一语作起了诗:十月十九值金秋,三走进活动看郑州;绿色廊道溢清香,生态建设景色优;学习参观新社区,宣传奉献新郑州。
郑州晚报记者 李爱琴 李雪 文/图



老干部一边参观,一边兴趣盎然地讨论郑州的发展变化

老干部张定国 几年之后郑州会更美

昨日,从新密接老干部的大巴车刚刚到达中原西路生态廊道,原新密市人大常委会副主任张定国就迫不及待地下车参观,并拿相机不时地拍摄。
张定国说:“郑州的新型城镇化建设刚刚开始,相信过几年之后,树木都长起来了,郑州会变得更美丽。”

老干部杨元仓 连说四个“没想到”

看了华南城,听了工作人员关于华南城规划的介绍,杨元仓连说四个“没想到”:“没想到家乡建设得如此美,没想到华南城规划如此好,没想到农村社区标准如此高,没想到郑州发展速度如此快。”

老干部张长升 绿色郑州、生态郑州、美丽郑州指日可期

在森林公园,老干部张长升说:“这里既有城市的便利,又有优美的生态环境,真是绿色郑州、生态郑州、美丽郑州啊。”

老干部张水泉 足不出户可享受森林氧吧

漫步在设计精巧别致的生态廊道,做了一辈子林业工作的张水泉说:“附近的村民足不出户即可享受森林氧吧,真是非常幸福。”

老干部袁炳勤 生态廊道体现和谐之美

袁炳勤说:“绿意盎然、繁花似锦的生态廊道与普通绿地意义不同,它不仅增强了人们亲近大自然的机会,提高了市民生活质量,而且也体现了郑州的自然、生态、和谐之美,是我市一道亮丽的风景线。”

老干部时培福 放眼望去一片绿色

78岁的新郑市教体局退休干部时培福说:“我是在郑州上的高中,相比我们那个年代,郑州的变化不是一般的大。现在的郑州放眼望去一片绿色,马路宽广,有了很大的改观。”

老干部李金卓 现在的郑州是一个全新的郑州

65岁的新郑市新郑二中退休代表李金卓说:“现在的郑州真是有很大的变化,到处都是绿色,生态廊道里有各种各样的花草树木。”

老干部李宗夫 走新郑快速觉得很自豪

80岁的新郑政协退休干部李宗夫说:“今天来的时候走的是新郑快速,今年三月的‘拜祖大典’宾客走的也是这条道路,这里几乎成了郑州的脸面。走在这里我觉得很自豪。”

老干部赵西铭 空气非常好,像有绿茶味道

75岁的新郑一中退休代表赵西铭说:“今天走在这个文博森林公园里,空气非常好,我闻起来感觉甜甜的,像是有绿茶的味道。”

老干部张金才 华南城范围大、功能全

73岁的新郑教体局退休代表张金才说:“我看了华南城的建设,范围大,功能齐全,从上学到看病就业完全都可以在这个新城里做到。而且这里新建的商铺集体规划我觉得非常方便。”

老干部陈晓 新型社区大大改善了农民生活环境

74岁的新郑二中退休代表陈晓说:“鸡王新型社区的建设更加方便了我们农民的生活,大大改善了我们的社区应该大力投资建设,这样农民都能过上好日子。”

君乐宝乳业参展中国农交会 获高度赞誉



9月26日上午,以“现代农业、交易对接、合作共赢”为主题的第十七届中国(廊坊)农产品交易会在河北省廊坊市国际会展中心开幕。作为国家级、省级农业产业化重点龙头企业的石家庄君乐宝乳业有限公司应邀参展。展会现场,君乐宝的产品深受众人瞩目,尤其是新上市的产品君乐宝开啡尔酸奶受到了与会领导的高度赞誉。

在会展上,君乐宝乳业凭借绿色生动的

展厅形象和美味可口的产品试饮,吸引了大量的消费者。在这里,大家品尝着君乐宝最新上市的高科技产品——君乐宝开啡尔发酵乳,浓郁的奶香、细腻的口感和高端的品质,让消费者赞不绝口。连与会的领导在认真听完促销员讲解后,也忍不住赞叹:“开啡尔酸奶不仅有营养,味道也不错!”

蓝天、绿草和可爱的奶牛,让君乐宝乳业在这次展会中与众不同,更是吸引了大朋友和小朋友们的目光。大家争相在君乐宝展厅内拍照留念。绿色、生态、健康的品牌理念,也通过这次展会传递给了更多喜爱君乐宝产品的消费者们。

出色的表现赢得了消费者们的一致好评,在与消费者互动的过程中消费者告诉我们“石家庄君乐宝乳业是最能代表石家庄的企业!相信君乐宝的产品也能够代表河北走向全国,走向世界。”

“快时尚”诺奇多家新店落户河南

近日,优衣库8000平方米的全球旗舰店入住上海淮海路,成为其全球最大规模的旗舰店,轰动一时。而同为“快时尚”的国内服装品牌诺奇,国庆期间在河南也有2家连锁店(含翻新店)同步开业,且开业当天销售业绩不俗。



在国内诸多鞋服品牌库存高企、关店紧缩的形势下,国内外“快时尚”品牌却借机加快了在国内市场的扩张且业绩不俗,受欢迎程度可见一斑。而诸如诺奇这样的国内“快时尚”品牌,也逐渐得到越来越多消费者的关注和认可。

笔者来到诺奇位于郑州二七区政通路的一家门店看到,店面采用了其最新的第六代终端形象装修,别具一格的时尚简洁,店内的商品也具备“快时尚”特征:时尚、平价。据店内人员介绍,诺奇现阶段的商品适合25-35岁的中青年时尚男士,且性价比高,很受大众消费者喜爱。

“快时尚”产品款式更新速度快,又紧跟国

际流行趋势,加上价格不高,容易让消费者产生物美价廉的感觉,买不买都容易上瘾。这就是“快时尚”的核心竞争力所在。该店店长对笔者说,“今年,我们主抓年轻一代消费者需求,产品色彩更加明亮年轻,撞色混搭更加丰富多彩,愈加贴近大众时尚需求。”

据了解,诺奇凭借多年发展“快时尚”打下的基础和积累的经验,在今年对品牌战略进行了升级,全力发展“快时尚”,志在发起一场“时尚革命”。“中国的市场,急需一场革命来普及时尚,把时尚还给大众,真正实现全民的时尚。于是,诺奇在这个时候提出了‘时尚革命’这一号召。”诺奇董事长丁辉说。

有业内人士预测:中国的服装,经历了东南沿海地区的创牌时代之后,下一个服装“黄金时代”一定会是“快时尚时代”。ZARA、H&M等只不过是“快时尚”的个别代表,更多的“快时尚”品牌甚至没有品牌的“快时尚”商品将如浪潮般涌现。这对于国内的服装品牌来说,无疑是一大发展方向。



电工刘俊峰: 为城市污水处理保驾护航

他是一名普通的电工,默默工作在城市污水处理一线,占地近500亩的厂区内上千台设备的24小时检修任务落在他和12名同事身上。他忍受着脏臭,只为换来城市的清洁。学历不高的他爱钻研,一些小发明、小改革发挥了大作用。他就是郑州市马头岗污水处理厂设备科电工班班长刘俊峰。
高中毕业的刘俊峰,苦学电工知识和技能,自学了高等数学、物理等课程,逐步掌握了现代化自控系统的操作和检修。改进旋流沉砂池自动控制系统,用双控时间继电器、中继器进行组合自动循环电路,替代了原来的PLC系统,大大减少了水区一级班工人的劳动强度。
郑州晚报记者 潘登