

郑事



今年以来,市妇联在全市开展了寻找“最美绿色家庭”活动,近日市妇联、市环保局揭晓了10户“郑州市最美绿色家庭标兵户”和170户“郑州市最美绿色家庭”。

郑州晚报记者 李爱琴 文图

据了解,10户“郑州市最美绿色家庭标兵户”,分别是物尽其用、心灵手巧的中学教师刘园园家庭;变废为宝、蓄水种菜的机关干部陈迎军家庭;坚持绿色出行、被誉为“绿色班主任”的中学教师刘耐娟家庭;勤俭节约、妙手巧制居家用品的巧媳妇赵长瑞家庭;爱好旧物改造、带动亲友投身环保的辅读学校教师张睿玲家庭;坚持垃圾分类、循环用水的社区居民杨丽华家庭;建设美丽庭院、传播环保理念的社区环保志愿者张玉花家庭;打造花园庭院、义务打扫公共卫生的居民李金萍家庭;自己种菜养花、老伴制作黑板报宣传文明的六旬老人孟秀珍家庭;节约用水、大人孩子一起节能的汽车司机夏兴彪家庭。

李钰冰 制图

水龙头设大小两开关 每月节约1吨水

郑州“最美绿色家庭”揭晓

他们的节能妙招你也试试

■最美绿色家庭的节能妙招

刘园园家庭 大人衣服改给孩子穿 废材料做成漂亮花架



刘园园家用旧衣料做鞋子和围兜

因为婆婆会裁剪手艺,中牟县一中教师刘园园家的孩子从出生到现在都没买过新衣服,都是老人用大人的旧衣服改制的。刘园园的老公也有双巧手,经常有些奇思妙想,能变废为宝,别人装修丢的废弃料,他拿回家做成漂亮的花架,别人扔掉的瓶瓶罐罐,他能改造成家饰用品或是儿童玩具,令人赞叹。

张玉花家庭 精心打造美丽庭院 逢年过节赠亲朋花木

张玉花居住在伊河路,为了把大家的居住环境装扮得更加优美,她同大家一起精心建造了一个美丽的庭院,走进庭院,首先映入眼帘的是满园的绿色,里面是各

种叫上名和叫不上名的花卉。

每逢过年张玉花都忙着添置花木,还作为礼品赠给亲朋好友。“比送其他礼品更有意义”。

夏兴彪家庭 洗衣服的水冲马桶 自己装订草稿本

在睿智花园小区,提起夏兴彪一家,大家都会竖起大拇指,“这一家人可是节约能手啊,我们都得向他们学习”。夏兴彪家有个很大的水桶,每次洗衣服的水都会倒进那个大桶里,用来冲厕所。“既避免浪费水,水里的少量洗衣粉还能使厕所更洁净,岂

不是一举两得”。在爸爸的带领下,儿子从小就养成了节约的好习惯,他写作业用的草稿纸一般都是两面用,家里的旧练习本中未用完的纸张都会撕下来重新装订,做成草稿本。每当有同学嘲笑他吝啬时,他总会骄傲地说“我环保,我骄傲”。

陈迎军家庭

水龙头设大小两开关 每月可节约1吨水

市旅游局的陈迎军在部队养成了勤俭节约的习惯,转业后把这个习惯带到了工作和日常生活中。

“我们家里所有的水龙头都安置了大小两种水量开关,平时尽量都开小水的开关,每月下来大约可节约1吨水。”陈迎军告诉记者,为了节约用水,平时用水,先洗漱,再拖地清洁,最后冲厕所循环利用。陈迎军家在楼顶平台有块菜地,为了省水,家里在楼顶放置了一个大塑料胶盆,两个家装涂料筒和泡沫箱,制作了简易蓄水池,每遇到下雨天,都把雨水攒起来,用来浇花和浇菜。



陈迎军把雨水攒下来浇花

谁主浮沉

数据解读河南方便面市场



近日,一向波澜不惊的河南方便面市场迎来新霸主,河南本土品牌大骨面销量跃居河南商超榜首。有熟悉河南方便面市场的专家对此表示,大骨面快速崛起,不到两年就雄霸河南方便面市场,大骨面如此佳绩在意料之外,却又在情理之中。

郑州晚报记者 李丽君

从追赶者到领跑者

尽管当下国内方便面市场仍由康师傅、统一占据主导地位,但世事无绝对,凡事有例外。来自大骨面的官方数据显示,大骨面上市一年多销量已经突破2亿包。在河南方便面市场,大骨面已从当年的追赶者,摇身一变成为领跑者。

据悉,国内领先的市场研究机构央视市场研究(CTR)河南市场消费数据显示,数据推及的河南省740万户家庭中,大骨面为最近一年(截至2015年3月20日)河南省商超渠道消费量第一名的方便面产品,在消费数量,消费金额等各项指标上均超越其他方便面品牌。

业内人士表示,河南方便面市场向来是一线方便面品牌的天下,新晋品牌难以与之抗衡。但此次市场调研的结果显示,大骨面后来者居上,诞生不到两年的时间就超越了众多知名品牌,显示出强劲的发展后劲。

从白水泡面到骨汤泡面

伴随着经济社会的发展和人们生活节奏的加快,方便面这一既方便快捷又美味可口的食品越来越受人们的喜爱。统计数字显示,我国已经成为世界方便面产销第一大国,年产量高达500亿包。作为人口大省和面食大省的河南,方便面消费市场巨大,是众方便面品牌的必争之地。

作为速食食品,方便面市场的竞争异常激烈,产品同质化现象日益凸显。中国食品科学技术学会副理事长饶平凡教授在接受记者采访时表示,对于方便面企业来说,要想在竞争中脱颖而出,唯有创新。大骨面通过现代工艺浓缩真实骨汤,实现了从白水泡面到骨汤泡面的全新升级,这也是大骨面此番能够后来居上的重要原因。

从独乐乐到众乐乐

对于大骨面销量高居河南商超榜首,大骨面相关负责人表示,这并不是说大骨面要与同行竞争,抢占市场份额,而是表明,当创新能满足消费者需求的时候,企业在方便面市场就能大有可为,尤其是在当前整个方便面市场增长放缓的大背景下,大骨面希望能给整个行业带来一点启示。

在日前召开的中国方便食品大会上,中国食品科学技术学会理事长孟素荷表示,作为食品工业的重要板块,全国方便面及其他方便食品制造行业利润增长率低于食品行业整体水平,行业发展陷入僵局。

近10多年来,韩国、日本等国的方便面市场发展相对成熟,营养趋势对产品的影响力超前,他们不仅食材更多样,营养搭配也更合理。而大骨面实现从白水泡面到骨汤泡面,在我国方便面市场可谓领风气之先,此番创新不但满足消费者对方便面美味、健康、营养等多重需求,也一改方便面行业多年来口味之争的僵局,将行业竞争提升至全新的高度。

饶平凡教授说,大骨面之所以选择骨汤作为行业竞争的突破口,源于白象食品集团董事长姚忠良对骨汤的情有独钟,以及对研发骨汤泡面的不懈坚持。“大骨汤满含家的味道、妈妈的味道,令人回味无穷,难以忘怀。在大多数方便面品牌的调料包制作较简

单的市场背景下,白象坚持大骨面产品的骨汤包要真正大骨熬制,尽管大骨熬制费时费力提高制作成本,但他要求大骨面从始至终坚持下去。最后,他们的付出得到了回报,消费者喜爱大骨面,并且市场认可大骨面,所以这次大骨面才能一举在河南方便面市场销量夺冠。”

据了解,大骨面历经十年潜心研究,在工艺、口感、营养、健康等各方面都已趋于成熟,从而推动方便面行业进入骨汤泡面新时代,在为方便面行业发展注入新思路的同时,也让消费者有了新选择。

因此,大骨面能超越众知名品牌,在河南方便面市场一举夺得销量冠军,也是在情理之中的。

有所突破。

目前方便面市场增长乏力,主要是因为传统方便面品类对消费者的吸引力日渐减弱,加之方便面企业推出新产品的速度较慢,因此市场需求持续疲软。而大骨面在方便面市场的惊艳表现,为行业指明了未来的发展道路。

“与其一枝独秀,不如百花齐放,所谓独乐乐不如众乐乐。大骨面愿与同行一道,以产品创新带动产业升级和消费升级,加速整个行业转型,共同做大方便面市场。”大骨面相关负责人表示。