

■聚焦第13个“中国旅游日”

“中国旅游日”将至,绿博园、长寿山、古柏渡等景区推出免票活动 邀你来玩! 郑州多景区推出优惠活动

本报讯(正观新闻·郑州晚报记者 成燕/文 马健/图)5月19日是第13个“中国旅游日”,今年的活动主题是“美好中国,幸福旅程”。为庆祝“中国旅游日”的到来,郑州多家景区将推出免门票、半价等多项优惠政策。

据了解,5月19日,郑州绿博园将对全体游客免门票,郑州黄河文化公园将推出劳模免费、游客半价入园活动,惠济区丰乐农庄、黄河富景生态世界、黄河花园口景区、花涧房车营地、雪松营地、寻露露营地免票开放。巩义康百万庄园、杜甫故里、巩义石窟寺景区执行门票半价,竹林长寿山景区将推出门票免费,景区内小交通费用八折优惠。浮戏山雪花洞景区将在紫龙峡开展情定三生、系红丝带、锁同心锁等活动。古柏渡飞黄旅游区对70岁以上老人及残疾人免门票,对购买烧烤套餐入园游客免门票,住古柏渡沙漠酒店免门票,入园游客每人免费赠送樱花奶茶一杯。

5月19日,伏羲大峡谷景区将推出门票半价,三泉湖景区免门票。5月19日至21日,云上牧场针对部分情侣游客执行优惠价;郑州方特欢乐世界推出“520告白夜”活动,夜场营业时间将延长至21:30;即日起,该乐园还推出299元双人夜场预售票,游客可前往“方特旅游”App、“郑州方特”微信公众号等线上渠道提前购票。郑州方特水上乐园将于5月20日酷爽回归,即日起至5月19日,游客可通过“郑州方特”官微等渠道抢购限量推出的79元单人预售票。

5月19日至21日,建业电影小镇将推出“夜色浪漫6小时计划”及浪漫双人夜场活动。届时,奥帕拉拉水公园将推出“学生狂欢专场活动”,学生可免票参与。此外,游客在郑州江南春酒店、江南春温泉购买“含房度假套票”后加1元,即可获赠一份好想你阿胶红参茶。

油价创年内最大跌幅

92号汽油每升下调0.31元
一箱油少花15.5元

本报讯(正观新闻·郑州晚报记者 叶霖)记者昨日从河南省发改委网站获悉,自5月16日24时起,国内汽、柴油价格(标准品)每吨分别下调380元和365元,调整后我省油价如下:92号汽油每升7.45元,下调0.31元;95号汽油每升7.96元,下调0.33元。0号柴油每升7.09元,下调0.31元。

据悉,油价此次调价创年内最大跌幅。油价调整后,全国大部分地区95号汽油将回归“7元时代”。

记者为您算了一笔账,以油箱容量50升的普通私家车为例,这次调价后,车主加满一箱92号汽油少花15.5元。

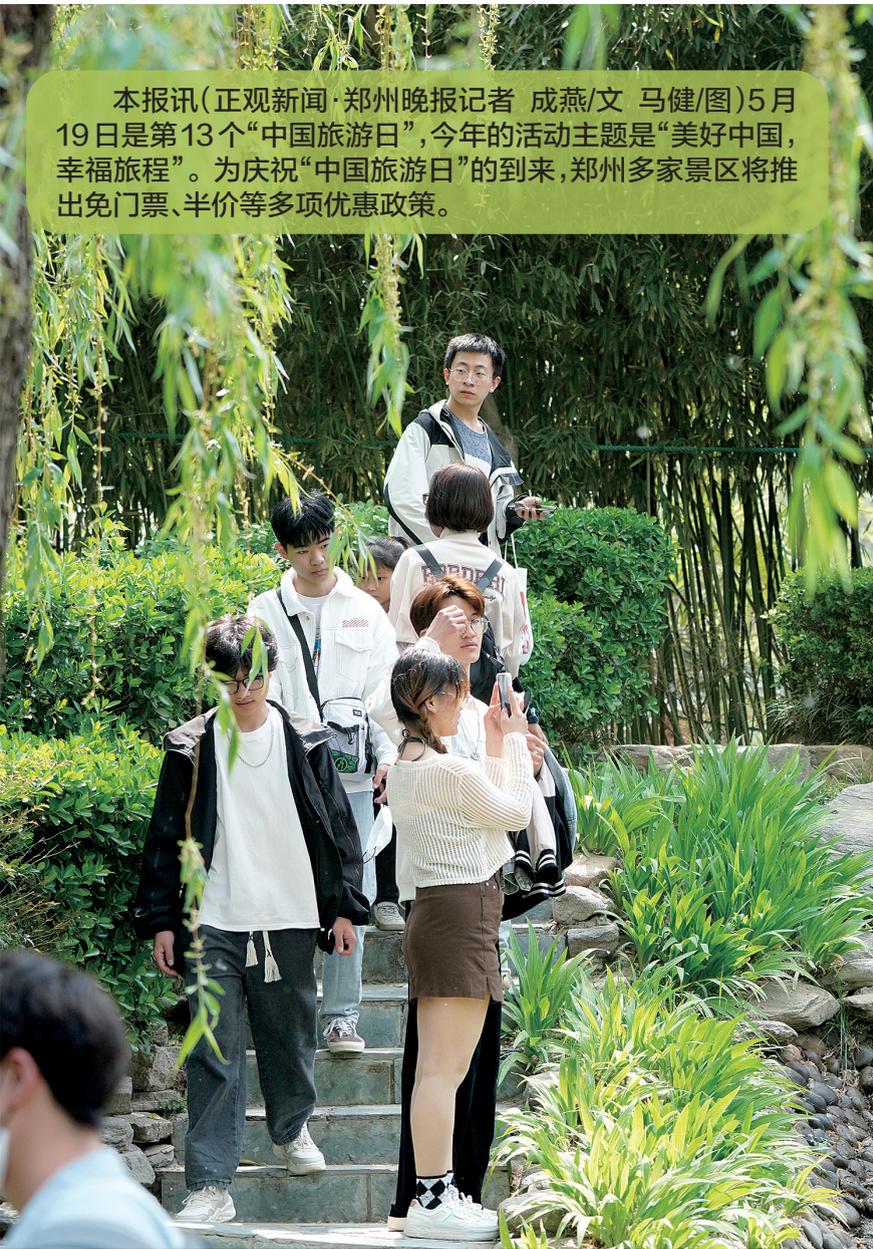


我省实现275.9万户企业信用风险分类全覆盖

本报讯(正观新闻·郑州晚报记者 李爱琴)全省信用风险管理系统已实现275.9万户企业信用风险分类全覆盖,归集信息1.4亿条。昨日,记者从省市场监管局获悉,近年来,我省积极推动信用风险分类监管向纵深开展,市场监管效能明显提升。

据介绍,近年来,我省通过建设平台、统一标准,实现了“一网归集、精准识别、全省共享”。建设信用风险管理系统。打通省企业信用风险分类管理系统与省“双随机、一公开”监管工作平台数据壁垒,实现“一平台一系统”互通共享,定期优化升级,每月动态更新。目前,该系统实现全省275.9万户企业信用风险分类全覆盖,归集信息1.4亿条,承接总局信息279万条。

与“双随机、一公开”监管相结合。根据企业信用风险类别合理确定抽查比例和频次,推动从无差别、粗放式监管向差异化、精准化监管转变。2022年全省完成信用风险抽查任务2305个,整体问题发现率为30%。其中,A类14.13%、B类20.60%、C类51.36%、D类58.40%,在日常监管中提升发现问题、解决问题的精准性。



游客在郑州绿博园游玩

近几年来,人们对健康和运动的关注达到前所未有的新高度。全民运动热潮扑面而来的背景下,加入专业运动健身群体的消费者与日俱增。电解质饮料作为功能性饮料的重要分支,俨然成为食品饮料行业的新晋“顶流”。正观新闻·郑州晚报记者 徐刚领

消费热点

夏日来临,电解质饮料成新晋“顶流”

去年,电解质饮料市场规模同比增长50.1%

夏日炎炎,踢完一场球,跑完5公里,大汗淋漓之际,喝上一瓶电解质饮料,已经是很多运动达人的习惯。如果你最近去楼下便利店的话,可能会发现电解质饮料开始越来越经常出现在冰柜里。

《2023年中国电解质饮料行业市场洞察报告》显示,2022年电解质饮料市场规模同比增长50.1%,达27亿元,已成为国内饮料行业市场规模同比增速最高的饮品类别。

前瞻报告中显示,2020年是国内电解质饮料品牌发展的第一阶段。但谁都没有想到的是,本以为

需要稳扎稳打长线耕作的电解质品类,在2022年底,因为大众应对发汗出汗电解质流失的需求而突然爆发,意外地完成了第一轮市场教育。这个在两年前还不被大多数人所知的饮品类别,2022年突然成了众人关注的香饽饽。

除了“老玩家”宝矿力水特和佳得乐,像怡宝、外星人、尖叫这样的国产品牌也在今年开始着重发力。还有娃哈哈、旺旺、盼盼也在去年跑步入场。

记者注意到,一个全新的“脉动电解质+”产品出现在市面上。黑色

的瓶盖,深蓝色的瓶身,叠加撞色闪电椰子设计包装分外抢眼,这款运动饮料为运动人士或有补充电解质需求的消费者提供专业的补水用途。

专家表示,蛋糕正在慢慢变大,行业想象空间的提升,可能是吸引众多新品牌加入战局的最大动力。

前瞻报告显示,中国居民健康意识正在不断提高,因此也会利于国内运动饮料市场的扩大。前瞻报告预测,中国运动饮料市场未来至少有856亿元的市场增量空间,而在行业发展过程中,电解质水将更趋专业化、细分化。