

为了深入贯彻落实《中华人民共和国农产品质量安全法》、《中华人民共和国食品安全法》、《郑州市农产品质量安全条例》，提高我市农产品质量安全水平，保障市民的身体。郑州市农业局自2009年7月1日起，开展全市农产品批发市场自检体系建设综合整治工作。整治工作目标是健全完善农产品批发市场自检体系。二是建立与完善农产品批发市场自检与政府派驻人员监督检查相结合的农产品批发市场质量安全监管体系。三是建立农产品流通档案，对不合

格农产品实施质量安全追溯。目前，全市各农产品批发市场正在积极开展整治工作，根据要求成立了农产品质量安全领导小组。安庄水产品批发市场、高寨蔬菜批发市场、岗刘蔬菜批发市场按原市场检测室进行了整改，达到了检测要求。各批发市场还根据各自检测项目不同，配备了相应的检测设备和试剂，做好了各项准备工作。郑州市农业局将进一步加强督促检查，对整治存在问题的批发市场提出整改意见，对整治工作达不到要求的市场，将按照《中

华人民共和国农产品质量安全法》、《郑州市农产品质量安全条例》进行处罚。8月6日-8月12日，我市农产品质量安全检测人员按照农产品质量安全现场检测标准(速测)，共检测蔬菜2138批次，合格率99.68%；检测猪肉1163批次，合格率99.56%；检测水产品样品367批次，合格率为99.15%；抽检水果2481批次，合格率为99.92%。销毁不合格蔬菜167公斤，销毁不合格水产品240公斤，销毁不合格水果30公斤。郑州市农业局

## 消费资讯

### 今天一定要到新玛特总店去购物

本报讯 来自大商郑州新玛特总店的消息，今天，该店营业时间调整为10:00-24:00，购物400元最高可返600元，包括400元现金券、160元娱乐券以及40元餐饮券。从17:00开始，更有针对一汽奥迪车主和招商银行高端客户的闭店专场回馈。据悉，该活动仅此一天。

今天，新玛特总店还将为消费者准备了丰盛的促销大礼，该店营销部人员介绍，除了购物满400元最高可返600元(包括400元现金券、160元娱乐券以及40元餐饮券)外，重磅品牌专柜购物满2000元即送300元现金券；购买团购券或使用团购卡满5万元赠4000元现金礼券、满10万元赠1万元现金礼券。

在商品准备上，该店进行多方协调，全员动员，调配了高品质的夏装进行出清，各专柜也即上了最新款式的秋装，记者从该店很多专柜了解到，为了这次活动，早在一周前就已经开始协调准备货品，消费者完全不用担心出现断货、缺货等情况。

从今天17:00开始至深夜零时，针对奥迪车主、招商银行高端客户，新玛特总店还特意准备了闭店专场活动，在此时段内，这些高端客户购物将有意想不到的惊喜。

这次营销也打响了新玛特总店秋季营销战役的第一枪。新玛特郑州总店副总经理李斌说：“我们选择的都是主流强势行业，聚集来的客户都是城市精英人群，通过资源整合和互享，凸显大营销理念，以达到1+1>2的营销效果。”

(赵羲)

### 大商新玛特郑州金博大店 领衔掀起淡季营销高潮

长达十天的促销，200元现金换500元礼券，满600元就有赠礼，加价购、欢乐刮刮卡，与此同时还有歌唱大赛……8月14日-23日，大商新玛特郑州金博大店将领衔掀起郑州商界的淡季营销高潮。

目前，郑州各大商场的夏出清、秋上市正进行得如火如荼。因为是淡季，商场里多是散客，针对这一点，大商新玛特郑州金博大店推出了从200元现金换220元礼券到200元现金换500元礼券的7档活动。近来，郑州有些商场促销采用也是现金换礼券，不过各专柜限收一定金额的礼券，令人惊喜的是，大商新玛特郑州金博大店的礼券可以直接在各活动档的专柜使用，不限收。

据悉，该商场每天选择一个商品品类，针对这一商品品类进行营销，并把这种营销模式固定下来，每周定期开展。比如周一、周二，针对女装、女鞋开展“窈窕芙蓉花”的活动；周三针对会员顾客开展“尊享会员日”活动；周四针对运动休闲品类开展“全家high翻天”活动。该商场营销部人士表示：“通过固定这种商品品类日活动，我们希望在淡季中形成营销的常态化，让消费者形成思维定势，从而达到提升销售的目的。”

该商场内部人士认为，进入淡季以来，一般来说顾客在此阶段对其零售业、百货等一些购买力明显下降，如何应对淡季，让淡季变成非淡季，甚至可以打破常规，变成自己的旺季，金博大商场进行了市场调研，对消费者心理有了很好的把握，根据自己的业态，分阶段、分类别进行品类日营销，将把淡季销售刷新成旺季销售。

赵羲

### 郑东新区“疏通”夜市

近日，郑东新区执法分局以郑东新区第一大街为试点，开展疏通为主的治理工作，在市民、商户和管理者三方中找到了平衡点。

郑东新区执法分局此次治理工作以疏通为主，比如，限制经营者的规模，只允许在店面门口摆放四五张桌子；要求经营者在经营场所地面做隔污处理，禁止使用污染较大的燃煤炉灶；规定经营时间等。目前，经过治理的第一大街已看不到普通夜市的脏乱差现象，展现在眼前的是摆放整齐的桌椅，整洁的地面和文明的就餐者。

席枫

### 走进宋河 探秘盛世国尊宋河粮液系列报道

#### 质量至上 宋河信仰

质量缺陷说出来是一句口号，执行则是一个庞大的系统工程，每一个环节背后都凝结了企业付出的心血。中国名酒宋河粮液就是高于国家标准近20个百分点的产品质量，铸造了酒业有口皆碑的至尊品质。

宋河粮液把产品质量的关口首先落在人身上，让每一位宋河员工都清楚“质量”的分量。“所有的营销环节与产品质量发生矛盾时，必须让位于质量”，这是宋河酒业公司员工的座右铭，并贯穿所有的生产环节。

此外，品质的标准化和确定性的维持，还必须借助现代化的技术来监控。宋河酒业在半成品酒液的检测上，制定并实施了企业内控标准，其理化指标均远远优于国家标准，最高严于国家标准10-20个百分点。每批产品均要由口味会审室进行口感鉴定、酒室室进行理化卫生分析和色普检测，半成品贮存到期灌装之前，也必须再次抽样检测。任何人都没有跨越质量这个标杆的权利。

宋河酒业这一套套品质环节的监控体系和先进的设备应用，就像一道道严阵以待的哨卡坚守着自己的天职，确保了宋河粮液的品质完美如一。万绪波

# 价格战使液晶电视“裸卖”风行

本报记者 赵羲

近日，郑州市民刘先生反映，在家电卖场买了台液晶电视，售后人员在上门安装时却要求对电视支架另外收费，这让刘先生很是不满，“感情买电视不送支架？那我买来咋看？”记者在对卖场内的多个电视品牌调查后发现，索尼、松下、三星等外资品牌的液晶电视的底座是免费的，挂架收费，国内品牌中除了海尔电视底座免费外，其它如海信、康佳、长虹、TCL等底座、挂架均是收费的，而且价格不等。

### “裸卖”成风

8月12日，记者走访了郑州二七区的几家大型家电卖场，发现商家一般只负责卖电视，送货上门的是卖场人员，而安装附件的则是厂家服务人员。液晶电视的底座或挂架收费是普遍现象，少数专柜对附件另收费是明码标识的，而大多数专柜既没有明码标价，导购员也不会主动提示液晶电视附件要收费，大都是消费者决定购买或付款后才说明。

海尔电器平板电视销售负责人左先生表示，海尔液晶电视的底座都是免费赠送的，挂架则统一进行收费，最高为65元一个。在记者的调查中，海尔是国内品牌中唯一免费送液晶电视底座的。

长虹电视销售人员表示，他们的底座和挂架均收费，底座规格为两种，42英寸以下150元一个，42英寸以上200元一个，挂架统一收费为50元一个。海信、康佳、TCL的情况与此类似，既不提供底座，也不免费提供挂架。从调

查看，“裸卖”的液晶电视还相当不少。另据了解，三星、索尼、松下等外资品牌液晶电视配有免费的底座，挂架则收费不等。

### 竞争所致

有家电行业内部人士告诉记者，液晶电视“裸卖”是因为电视利润比较薄，“价格战”越打越艰难，所以不能再免费为消费者提供底座或挂架等附件。一套座架的售价是一二百元，将这部分附件的价格单独计算后，厂家提供的“裸机”价格就能便宜不少，从而能以低价吸引消费者，赢得优势。

长虹电视一位工作人员表示，液晶电视底座、挂架收费是因为成本太高所致。TCL的工作人员直言不讳地表示：“我们利润低，如果我们像外资品牌一样利润那么高，我们的支架也免费。”她还说，其实液晶电视“裸卖”风潮开始的时间并不长，大概从去年的11月份才开始。三四年以前，液晶电视刚进入卖场的时候，底座和挂架是二选一免费赠送

的。

今年以来，液晶电视上游的液晶面板涨价，导致液晶电视整机的成本上涨。但涨价意味着丢失市场份额，谁也不敢打响涨价第一枪。为了减少面板涨价带来的成本压力，厂家纷纷采取了底座另外收费的做法，这也是不得已而为之。

### 遭遇质疑

买液晶电视只买来个“裸机”，这是否合理？许多消费者都发出了这样的质疑。

TCL工作人员表示，底座或挂架有一个单独的箱子，和电视不在一块，因而应该单独出售。郑州市消协“12315”工作人员告诉记者，液晶电视附件是否

收费，一般会在产品的外包装上有所说明。如果外包装上注明已含底座，商场方则无权再另行收取附件费用。如液晶电视外包装上未有配备附件说明，消费者可根据个人需要，自主选择是否购买。商场在出售液晶电视时，应标注附件是否收取费用。她提醒消费者，在购买时一定要详细看一下说明书，以免吃亏上当。

从另一个角度来看，把电视机和附件拆开来卖，对厂家而言这是长久之计吗？

有业内人士指出，长期以来，国内的电视厂家大打价格战，频频以“惊爆价”为卖点冲击市场，造成了今天电视价格只能跌不能涨的局面，在成本上涨的时候，就只能想出附件单卖的“歪点子”，这其实很难持久。

## 图片新闻



↑

8月11日，河南省酒业协会专家委员会、评酒委员会组织酿酒专家、国家级评酒委员孙西玉、万宝建、杨朝阳、李绍亮、赵书民等人对汝阳杜康新国盛立60周年进行感官品鉴。各位专家认为，该酒无色透明、窖香优雅，酒体协调，醇厚绵甜，余味爽净，回味悠长，具有汝阳杜康酒的典型风格。

见 袁文/图

8月8日，第八届中部糖酒商品交易会在驻马店正式开幕，会上省内品牌与省外品牌同台“竞技”，500家企业争相吸引与会者眼球。省酒业协会会长熊玉亮说，本届展会来自12个省的500家参展商，参展企业以酒类企业为主，此外还包括饮料、食品、食品饮料机械等企业，“数千名经销商到会洽谈业务，是历届参展商、经销商最多的一次”。

楚天堃 文/图



## 酒业人物

### 印象常尔霞

中部酒交会在驻马店闭幕之后，曲终人散，记忆的碎片中，棠梨花酒装饰了许多人的酒架，常尔霞则装饰了许多人的梦想空间。

这位南北合璧的女子，本系驻马店人，18年前南下广东，闯关夺隘，创建了深圳常兴金刚石磨具公司，在铸就了这个国内外有影响力的知名企业的同时，本人也练就豁达超然的开创意识，具备高尚艺术审美情趣。

18年后一个极偶然的机会，常尔霞进入省内某酒业出任董事长，水之柔美火之性情合二为一的这天赐尤物，一下子醉倒了她！借助此前经营管理企业的经验，她又开始新的突破——进入新行业，是对以往自己成就的突破；创造一种新型的以情爱为主诉求点的酒品，是对酒业本身的一种突破！

棠梨花香，望文生义，一个很妩媚亮丽的品牌。常尔霞解释，棠梨又名杜梨，系本梨、梨树之母，即一切梨树均由棠梨嫁接而来，其花洁白无瑕，纯美如玉。棠梨花香品牌来源于棠梨花的纯洁、自然、清新、雅致乃至神圣。品牌旨在通过棠梨花的神韵来表达“棠梨花香”爱的寓意。品牌标志图案的设计是以一个棠梨花的造型为基础，呈现一朵正在盛开的梨花。五朵花瓣的花缘向内自然翻卷，立体掩映、婀娜生动、典雅时尚，表现了品牌的格调清新文雅，也表达出棠梨花香酒品的质地清纯、酒香浓郁。

8月7、8两日，棠梨花香酒第一次公开面世，常尔霞亲自督阵，带着个头高挑粉雕玉琢的模特儿一起走上T型台，一场以爱为主题的推介活动，击碎了大碗喝酒大碗吃肉的男性梦想，尽领风骚，焕发了跨世纪知性女人对生活的醉爱——原来，生活也可以这样

从容而浪漫！

有酒客说，只要想喝酒，理由天天有。听棠梨花香人解释产品的理念，同样有这种惬意感觉，当日面市的酒品从造型上看，中间部分是一枝棠梨花蕊，十个圆点紧密围绕核心，象征棠梨花香企业团结一致，凝聚一个品牌核心的创造精神，寓意棠梨花香人为创造美好生活而共同努力奋斗，同时也体现着企业旺盛的生命力。十枝花蕊则代表着企业的酿酒情怀，要酿造出十全十美的美酒，祝福更多有情人的爱情和生活十全十美。

中部酒交会上，棠梨花香风景独绝，让人们深深感受到，常尔霞是一个胸藏诗情画意激情澎湃的感性的人，花的清新、柔美与美酒、美女、美事的交融一体，最终谱成她的酒歌：棠梨花香飘在爱河上，醉在心里面……

王见宾



### 清香京韵牛栏山

对如今的成年人来讲，如果不了解牛栏山，大致上都有一种臆测，将它拟人化，它会和话本小说中鲁莽的牛皋、匪气的牛二相似，这是说感觉，眼见为实也这样，老北京的小馆子里，常见有人气冲斗牛吼一嗓子：来瓶牛二！

综上所述，有点硬，有些土，有点玩世不恭，有些平头百姓……

这种表面的现象有一点道理，但是对于牛栏山文化而言，不啻九牛一毛！

本周有业内人士前来布道，滔滔不绝，我们才知道原本牛栏山并不那么粗糙，你喝的十元以内的小酒有，但是五六百一瓶的照样招摇上市。

也才知道，牛栏山是有文化的，你不懂可以说，但是他确实在西周年间就有据可考，有五件青铜器可以佐证。

它更与我们想像中的作坊式的小酒生产相去甚远。牛栏山现有1500多亩，占地300亩，气派的大门，整洁的厂区，忙碌的车间，穿梭不停的旅游车及各国游客……一个大型的、现代化的工厂生产了四大系列200多种酒类产品。

现在，再细细地阅读牛栏山，看看大事记，恍然有另种感受：1952年10月，在公利、富顺成、魅胜号、义信和私家烧锅基础上组建牛栏山酒厂；1998年，通过ISO9000质量体系认证；1999年12月，企业被国家原贸易部授予“中华老字号”荣誉称号；2002年9月，北京市首家获得“原产地标记认证”保护的白酒企业；2004年2月，“牛栏山”牌52度精品二锅头、36度百年牛栏山，以及“华灯”牌38度北京醇纯酒，同时获得中国绿色食品发展中心颁发的“绿色食品证书”；2004年3月，“牛栏山”牌百年系列酒荣获“第五届中国国际葡萄酒及烈酒评酒会”特别金奖；2004年12月，企业正式获得“食品安全管理体系认证证书”，即“HACCP证书”；2005年10月，顺利通过中国国家旅游局企业观光景点审核；2006年1月，“牛栏山”商标被国家工商总局认定为“中国驰名商标”；2006年12月，牛栏山酒厂(注册商标“牛栏山”)成为首批被国家商务部认定的“中华老字号”；经中国酿酒协会专家评定，被认定为中国白酒清香型(二锅头工艺)代表；厂长李怀民被中国酿酒协会授予中国酿酒大师；2007年6月，牛栏山二锅头传统酿造技艺入选非物质文化遗产名录；2007年10月，喜获全国政府采购论坛组委会颁发的“全国政府采购重点推荐单位”荣誉称号；2008年，牛栏山二锅头生产工艺标准被定为国家标准；2009年“牛栏山”被评估为国内500强最具价值品牌第233名，北京酒界唯一。

所能引导读者的，限于篇幅，只有这些了，此后，当我们执杯牛栏山时，多一重文化上的相思，这座山就已经不是从前那座山了！不是么？

王见宾