

舌尖上的枣庄味道——

“抱犊调料杯”家庭拿手菜有奖征稿启事

《枣庄晚报》即日起每周推出“家庭拿手菜有奖征稿”专栏,为那些家庭厨艺高手们提供展示自己作品的机会,把带有我们枣庄家庭特色的来自百姓之中的美食介绍给大家,并让家庭主厨们相互学习借鉴,使我们的餐桌更丰富多彩。

本次活动由“抱犊调料”独家冠名赞助,并全程提供奖品。

活动具体方案如下:

1、**活动时间:**2014年5月30日至2015年5月29日,在每周枣庄晚报《市场导刊》中设置“家庭拿手菜有奖征稿选登”专栏。

2、**内容要求:**菜品必须为本人或家庭成员亲手烹制,必须配至少2幅照片,文字说明简明扼要,标明配料及用量、做法流程、口感及特色之处即可。

3、**奖品设置:**来稿一经采用刊发,即奖抱犊调料2瓶。每3个月从所有刊发的稿件中

抽取大奖两名,各奖抱犊调料礼盒一份。

4、**注意事项:**所有菜品制作过程必须真实,为真正体现枣庄特色味道,所用调料尽量使用抱犊牌酱油、食醋、甜面酱等系列产品,其他选料尽量使用枣庄市民常用食材,注重实用、家常特色。不要求精美

复杂,最好是简单易做、口味独特。

5、**来稿请寄:**(1)电子邮箱:zzsy180@163.com

(2)市中区文化中路61号 枣庄日报社商贸部

6、**咨询电话:**0632——3333322

高压锅酱牛肉



主料:牛肉
调料:姜、蒜、葱、料酒、八角、桂皮、小茴香、花椒、香叶、迷迭香、抱犊酱油、糖、盐

制作方法:

- 1、牛肉洗净血水,切大块,入沸水中断生。
- 2、捞出过凉水,洗去浮沫,放入高压锅。
- 3、准备调料:八角、桂皮、小茴香、花椒、香叶、迷迭香、放入调料包。
- 4、高压锅内放入姜、蒜、葱和调料包。
- 5、倒入酱油、糖、盐大火烧开,转小火煮20分钟。
- 6、关火至高压锅降压后,打开锅盖,尝下味道,咸淡再自行调整。
- 7、开盖用大火收汁15分钟左右,让牛肉更加入味,(锅内还留有余汁)牛肉在锅内汁中继续浸两小时以后,装盘即可。

(此稿件由荣华里孟先生提供)

松花蛋拌豆腐



主料:豆腐(嫩)350克,松花蛋(鸭蛋)150克
调料:抱犊酱油10克,盐3克,味精2

克,白砂糖5克,花椒3克,植物油10克,辣椒油5克

特点:豆腐滑嫩,松花蛋软香,造型美观似花朵,菜品咸鲜香辣甜五味俱全。

制作方法:

- 1、将油锅烧热,投入花椒,炸出香味,捞出花椒不要,花椒油留用;嫩豆腐原样放长盘中,横切片,竖切丝让豆腐开花;松花蛋洗净切丁,置豆腐中央。
- 2、取一小碗,加盐、味精、少许酱油、白糖、花椒油调匀成汁,浇在豆腐上,再淋辣椒油即成。

(此稿件由新远花苑张先生提供)

贵诚集团再“练兵”



10月17日贵诚集团在集团总部举办了第八届业务技能大赛总决赛暨颁奖仪式。

今年是贵诚集团的“提质增效年”,集团继续组织开展了第八届业务技能大赛系列活动。本次业务技能大赛按照全员参与的原则,涵盖了集团各运营岗位,是一项全员、全流程、全岗位的大赛。大赛分为初赛、复赛、决赛三个比赛阶段,前后历时近4个月,参赛达5000余人次,有力提

高了全员业务技能素质。

21年来,已由最初的单一百货零售商场发展成为拥有资产总额8亿元,员工5000余人,经营面积近30万平方米,下设6个主力店、6家分公司、10家子公司以及各类直营、加盟店300余家,经营业态集百货、超市、连锁经营、物流配送、农产品、汽车销售、商务酒店、美食休闲于一体的现代商贸集团。(记者 田思立 摄)

到底啥时候家电市场才能好一点?这是这段时间最让家电从业者头疼的一个难题。这次家电市场的低迷时间超过了很多人的预期,许多人将其原因简单归结到政策的空窗期上,其实一个成熟而稳定的市场并不需要大肆扶持就能依靠自身良性发展。中国的家电行业经过了多年的高速发展后开始进入稳定调整和市场选择的时期。

记者从国家统计局了解到相关数据,到今年8月份以来,中国的社会消费品零售总额同比增长了12.1%。其中城镇市场同比增长12%,乡村市场同比增长13.1%。而全国的家用电器和音像器材同比增长了8.7%,用一个每次公布数据时网友都常说的话,又拖了平均的后腿。但是相对的,通讯器材却依然保持着优等生的状态一路高速增长。

死在对市场需求观测不足上的等离子

从数据分析上我们就不难发现,市场需求永远是家电乃至贸易活动中的重中之重,因为市场需求低下而不得不壮士扼腕的家电产品屡见不鲜。不久前,长虹也剥离了自己的等离子电视业务。这一举动彻底给等离子面板判了死刑,这个20多年前就开始发展的产品到如今走向了尽头,而当时觉得会和等离子平分秋色甚至弱于等离子的液晶显示设备如今几乎垄断了市场。

时间回到当时来看,等离子面板的忠实拥趸大多是日系的彩电品牌如松下、索尼等等,而以三星、LG为首的韩系面板厂商则将大宝全压在液晶显示上。等离子因其显像技术的原因没有小尺寸产品,因此从面市之初就给人留下了价格高昂的印象,但日本人对于生活品质的追求也一直是相当执着,始终坚持开发等离子产品。

当年初生状态的液晶面板其实也面临着众多的问题,灰阶、拖尾……总之很多人就是看着不爽。但是它可以随大随小,而且它薄啊,于是开始广泛运用到电脑显示器上,不过因为其显示的问题还是有很多对游戏画面要求比较严格的游戏玩家在液晶显示器早期出现时毅然留守CRT显示器。CRT显示器也就死守这最后一小块阵地,专攻游戏用显示器,但其技术的落后、臃肿的体型已经注定最后的消失命运。液晶面板则将目光放在更大的市场上,众志成城,对应着众多问题开始改进自己,无论是电视、电脑、手机……能揽的活全揽下,然后根据不同的需求调整自己。

最终CRT好歹算个功成身退,因为其一直到最后都明白要服侍的是哪些消费者,可是等离子电视就属于死得惨型的。

空白市场瓜分完毕 互抢时代很残酷

从统计局的数据上,我们可以清楚看到乡村消费市场的增长速度同比已经超过了城镇市场。市场需求不是固定的,更会随着大环境的变化而增加、衰减、变化,目前中国的乡村建设进展也算是有成效了,乡村市场这块需求也在不断的放大。所以从家电下乡开始,无论是国家还是众多的家电厂家都开始注意对乡村市场的发掘。

而且随着乡村群众经济收入的增长,他们对于家电产品的需求也不是仅仅只看价格捡便宜的买,相反一些大容积的冰箱在乡村市场尤其受欢迎,特别是临近春节,因为会有很多的亲戚往来会保存大量的剩饭菜,“大一点”的冰箱更是受到重视。

乡村市场还有其他诸多特性,例如信号差所以可能会需要信号接受更好些的手机;因为住宅面积较大所以在选购空调时可能需要匹数更大的空调;厨房空间大,通风条件好而且灶具与城镇有比较大的区别,所以油烟机市场在乡村刚刚开始起步……

家电从业者在进行市场活动时尤其要注意消费者和消费者区域的需求变化,适时调整自己的经营范围、方式、模式。毕竟现在家电行业已经渐趋成熟,价格战渐渐不顶用的情况明眼人都能看出来,空白的市场被开发完后家电企业就得真刀真枪互相拼抢,不要去忽略消费者的需求,他们构建起市场最重要的部分,得民心者得天下,放在哪都是这个道理。

看不到市场需求 怎么做家电行业



金秋,收获的季节

佳农葡萄采摘园内的蔬菜和瓜果的采摘活动开始了,吸引了大批市民前往体验农作物收获的乐趣。图为市民与孩子们在刨地瓜。

