

过年回谁家困扰小夫妻

不少年轻人选择接双方父母来一起过年

本报聊城1月18日讯(见习记者 赵寰) 春节越来越近了,去谁家过年成了困扰年轻夫妻的大问题。不少年轻人为此争执不下,结果往往选择接双方父母来跟他们一起过年。

家在市区的小赵和小杨,今年结婚才3个多月,最近因回谁家过年分歧已发生两次争执了。两人都坚持

要回自己家过年,始终没能达成一致。妻子小杨说,不想让爸妈觉得她是“嫁出去的女儿,泼出去的水”,坚持要回自己家过节。

小赵却认为,他老家远在江苏徐州,一年到头只有过年那几天才回家一趟,况且带儿媳回家过年也是当地的风俗。小赵说,“妻子家就在聊城,随时可以回家,

非得赶在过年回家吗?”商量了多次后,两人仍然没法说服对方,最终做出了这样的决定:接双方父母过来一起过年。

杨先生家在湖北孝感,今年和妻子一起来到聊城,跟儿子、儿媳一起过年。杨先生说,他的亲家在潍坊,平时也很难见面,一起来儿子女家过年挺好的,既能见到

孩子、孙子,又能和亲家见见面。

采访中记者发现,随着80后独生子女纷纷步入结婚期,一对夫妇赡养4位老人渐成主流,谁都不愿意让父母二人在家过个孤单的年,过年回谁家也就成了不可回避的问题。

做丈夫的一般会认为,过年就该带媳妇回自己父母

家,一直以来都是这样;而做妻子的则认为,“去年在你家过,今年该去我家过了”。

在记者采访的十余对80后夫妻中,有7对表示“曾为过年回谁家而闹过不愉快”。在不断地争执中,谁也不愿意让步,最后往往会选择折中的办法,接双方父母到自己家来过年。

忙年



给农民送“福”

1月16日,由省科技协会、市委宣传部和市文广新局共同主办的2011年文化、科技、卫生“三下乡”活动在东阿县大桥镇举行,通过赠送春联、赠送图书和器材等,为当地农民送上一份年礼。
本报记者 邹俊美 通讯员 孔政 赵山 摄



今天春运第一天

火车站开4个临时售票窗口

本报聊城1月18日讯(记者 杨淑君) 今天起,为期40天的春运拉开帷幕。聊城火车站将增开4个临时售票窗口。

18日,记者在聊城火车站看到,乘客仍然不是很多,候车厅内很多座位都空着。火车站工作人员介绍,从现在起一直到春节,聊城站仍以到达客流为主,发送旅客量较少。

聊城火车站已制定好春运方案,除原来的8个售票窗口外,春运期间将增设4个临时售票窗口。旅客购票高峰时,12个窗口同时开放,24小时不间断售票。

由于学生放假,1月15日起聊城汽车总站客流量明显增多,日发送旅客达到2万人次左右。



18日,在铁塔商场的年货店里,前来买大红灯笼的市民多了起来,有的年货店一天就能卖20多个。

本报见习记者 罗宁 摄

部分干果 一公斤涨了10多元

近日,记者走访发现,干果价格直线上涨,开心果、桂圆、核桃等价格均有不同程度涨价,部分干果的价格每公斤突破百元。
1月17日,记者走访市区柳园路几家干果店了解到,买干果的市民较少。一位店主介绍,主要是因为干果价格高。在金鼎购物中心超市,开心果每公斤130元左右,一级开口松子为176元/公斤,大杏仁120元/公斤,核桃

仁176元/公斤,与去年同期相比,涨幅在10元到20元间。前来买干果的市民也是稀稀拉拉。
市民刘小姐说,往年干果价格也会在春节前涨价,但涨幅不会太大,今年一次就涨了10多元。“平时最爱吃点核桃解馋了,现在价涨得这么高,只好先忍了。”

(见习记者 何青)

一天灌腊肉肠200斤 肉食铺老板:“每天忙得只吃一顿饭”

记者在市区几个菜市场发现,腊肉肠卖得挺火,有的肉铺一天灌200多斤。
18日,记者在育新街菜市场看到,不少肉食摊点纷纷挂出了“灌香肠”的招牌,麻辣、香辣、咸味、甜味应有尽有。在一家肉食铺内,老板娘正在忙着切肉、绞肉、调味、灌肠,屋子里围满了前来灌腊肉肠的顾客。
家住花园小区的一位

市民说,“每年都在这儿灌15斤腊肉肠过年,不然过年总觉得缺点啥。”肉食铺老板说,现在正是灌腊肉肠的时候,到过年那天差不多能晾干,平均每天都有近15个灌香肠的顾客,按照每个人15斤算,每天都要灌200多斤。“就我们夫妻俩,每天忙得只吃一顿饭。”
据了解,今年灌腊肉肠比去年贵一些,专卖店灌一斤15块3,肉摊相对便宜,每斤14块钱左右。
(见习记者 何青)

读者刘先生:今年高速公路和普通路桥还有免费时段吗?具体哪些时段免费?
聊城市公路管理局工作人员:春节期间我省高速公路和普通路桥免征通行费,但超限20%以上货运车辆仍按规定收取车辆通行费。

高速公路收费站自2月1日(腊月廿九)20:00起至2月3日(正月初一)20:00止,暂免征收车辆通行费;普通路桥收费站自2月1日(腊月廿九)20:00起至2月5日(正月初三)20:00止,暂免征收车辆通行费。

(记者 杨淑君 凌文秀 整理)



百斤好酒, 仅得二斤舍得精华

一、舍得酒的品牌诉求——2%精华,成就极致尊享

舍得酒的品质诉求以精华论为核心,建立中国高档白酒的权威标准,兼顾消费者的“极致尊享享受”,与舍得目标消费群体即成功人士产生共鸣。

二、舍得酒的品牌定位——中国白酒之心

集中国白酒的历史之心,地理生态之心,科技工

艺之心为一体,熔中国白酒业的恒心,雄心为一炉,凝聚东方智慧,传承千载诗酒文化,引领中国生态酿酒,完美诠释智者的取舍之道,堪为高尚智慧人士的最佳犒赏。
1、“五星级”白酒,尊贵品质的象征
历史文化之心:具有深厚的历史文化积淀,其产地四处射洪被称为“诗酒之乡”。
地理生态之心:这里有得天独厚的地理生态优势,数百里的生态圈里仅有十万

株银杏、香樟、楠木等珍贵植物,环绕2%的核心区域。
科技工艺之心:荣获省科技进步一等奖,拥有5项专利,28项技术创新,为酿酒技术发展中的一个里程碑。
品质之心:采购无污染的绿色粮食,再层层筛选,百斤好酒仅得二斤舍得。
酿酒良心:用良心酿造美酒,基酒窖藏5年,浓香调味酒达30年。
2、舍得酒是中国品质最高档白酒,中国唯一的特级白酒

舍得酿酒生态园是中国第一个酿酒生态园,在90年代初被作为行业典范向全国行业推广。

3、舍得酒是绿色生态健康白酒

舍得酒生产酿造的全过程都是在绿色生态健康的全

境中完成的,降低白酒中无益成分的指标,使舍得酒具有了前所未有的极致品质和健康概念。

