



月饼厂家暗战中秋 重兵布阵箭在弦上

本报记者 孙志刚 实习生 李伟华 文/图

争夺终端市场 重金抢先机

中秋临近,月饼市场也逐渐火爆起来。近日,记者对一些月饼厂家采访时发现,今年月饼厂家更看重终端消费市场。

香港郭家福月饼郑州销售公司总经理张红星介绍,终端消费人群是最直接的受众,产品只有赢得消费者的喜爱,品牌才能做大做强。提到今年的销售计划,张红星说,他们将开展多渠道营销,首先要抓住大超市和卖场,借客流量大的优势提高产品的知名度和促进销量。同时,积极开拓团购市场,让大集团、企业客户以最实惠的价格买到好月饼。

众厂家纷纷争夺超市、卖场的有利位置,也使得“进场费”水涨船高。据了解,今年月饼厂家想进到郑州超市、卖场,大致有三种形式:一是高进场费无扣点,月饼厂商进场要交2000元~50000元不等的费用,销售过程中商场不再从销售费用中扣除协议点数;二是低进场费,买“堆头”,然后商场高扣点;三是高扣点和高进场费。当然,也有厂家不惜重金进卖场是出于抢先机,赢得更高的销售利润的目的。大多数厂家看好与消费者近距离接触的机会,客流量较大的卖场也成为他们的首选。记者还从郑州华联、广州大酒店了解到,几年来他们采用的是另一种模式,直接进入社区,减少中间环节,把价格让利给消费者。这种“终端市场战略”在实践中也得到广大消费者的认可。

记者还了解到,邮政物流的力量不容忽视,每年上千万元的销售业绩及优质的投递服务也备受月饼厂家青睐。去年市邮政局物流局推出了10个月饼品牌,今年为了集中优势品牌,他们压缩到6家企业作为月饼配送供应商,吸引了十几个厂家激烈角逐,厂家表示,他们看重的也正是邮政物流的终端客户优势。

“双轨制”运行 市场竞争激烈

今年中秋节,对于月饼厂家来说将是历史以来的“特殊”年份。国家质检总局要求对包括月饼的糕点等7类食品实施食品生产许可证管理,未获得“QS”认证的企业9月底前生产的月饼,只要在保质期内仍可销售;10月1日以后未通过“QS”认证的企业生产的月饼将不得在市场上销售。由于今年的中秋节是阳历9月25日,到中秋节时月饼厂



离中秋节越来越近,月饼厂家也大打“乡情牌”,争夺月饼市场这块“大蛋糕”。众厂家布局郑州市场的步伐也在加快,实战即将上演,今年月饼厂家都有哪些动作?记者进行了调查采访。

家基本停止了月饼生产。也就是说,今年中秋节月饼厂家是否获得“QS”认证,生产的月饼都可以在市场销售。

记者了解到,目前我市100多家月饼生产单位中,仅有30多家提出“QS”认证申请,目前第一批只有15家获得糕点(月饼)生产许可证,第二批的正在审查过程中。在此背景下,随着市民食品安全意识的增强,获得“QS”认证的月饼生产企业将占据明显优势,未获证企业将面临一定的市场风险。

由于月饼“QS”认证需要一个严格审查的过程,我市的一些暂未获证企业也积极做好了认证准备。

记者到嵩山饭店采访时,省质监局专家组正对他们进行“QS”认证审查。嵩山饭店党委书记、总经理王子勋介绍,嵩山饭店是具有40多年月饼生产历史的酒店,以前生产的月饼只是专供领导及市里的招待使用,从2004年起将部分品种对外销售。这次他们对月饼“QS”认证也十分重视,希望通过认证的过程,将这一老品牌发扬光大。采访中,许多厂家认识到月饼“QS”对抢占市场先机所发挥的重要作用,然而因多种原因今年无法获证的企业也将面临挑战。

厂家抢促销 月薪上万设擂台

8月初,省会媒体一则月饼广告吸引了记者的注意:福晶园月饼厂家打出“万元月薪销售精英”的广告。月饼市场大战已由争夺市场份额发展到争夺人才资源上来,众厂家纷纷网罗人才,紧紧把握不到一个月的月饼黄金销售期,以争取效益的最大化。

“万元月薪销售精英”是不是炒作?郑州福晶园企业管理有限公司销售经理刘群立说:“绝对不是炒作,其实万元月薪在月饼行业并不算高。去年我们公司普通的卖场销售人员一个月销售月饼就能挣2万多元,现在他们销售人员的收入构成是800元底薪加销售提成的办法。”刘群立还介绍,他们打出了“万元月薪销售精英”的广告后,报名者有60多人,最终选了20多名,尽管人数够了,但一些人员的素质还达不到要求。

记者了解到,在月饼市场启动前夕抢人才的企业不在少数。一些企业本身有自己的销售人员,随着市场竞争加剧,为补充人力资源不得不采取临时招人的措施。采访中,香港郭家福月饼郑州销售公司总经理张红星说,他们不但要招聘高素质的销售人员,还将邀请专家对人员进行统一培训,提高销售人员的实战水平。

记者还发现一种现象,一些厂家为了招到满意的人才,不惜请“猎头”出马,甚至销售经理出面向自己熟悉的超市、卖场的优秀促销员“挖墙脚”。一些厂家的销售经理认为,这种“挖墙脚”的做法,虽然有点说不出口,但却是最有效的办法。

采访中记者注意到,今年北京、广州、苏州等地的月饼品牌也通过各种渠道进入郑州市场,都希望在激烈的市场竞争中分得一杯羹。众多厂商能否赚到钱?还要看消费者买不买账,还有待市场去检验。

天成文物天地

青花瓷器

瓷器是我们祖先的伟大发明,从两晋之前产生的原始青瓷,之后白釉、青釉以及唐代的秘色瓷和湖南长沙的釉下彩等老瓷窑的出现,到元代,青花瓷就已经成熟了。

所谓青花,是瓷器釉彩名,白地青花瓷器的专称。典型青花器系用钴料在瓷坯上描绘纹饰,然后施透明釉,在高温中一次烧成。青花在釉下,因此属釉下彩。

青花瓷器的制作方法是先把青料在素胎上绘成各种图案纹饰,然后上釉在高温下(1200度以上)一次烧成。它色泽清新,纹饰优美,历久不衰。青花以简练的笔法和单纯的色彩表达了丰富的艺术语言,有着感人的艺术吸引力;在表现方法上,是以同一颜色的各种深浅不同的色调及笔触线条来表现对象。青花瓷的特点是明快、清新、雅致、大方,装饰性强,素为国内外人士所珍爱;并且在世界制造瓷器的工艺中有着极为重要的地位。现代的收藏者大多数收的是元、明、清的瓷器。近百年的瓷器叫新瓷。从瓷器上来讲,有单色釉、彩绘釉。彩绘中青花瓷是数量最多的,从元代到清代直到现在近700年中,青花瓷是瓷器中的主流。天成文物公司经过多年苦心寻觅,现已收藏多件具有较高艺术、文化、观赏价值的青花瓷器。



青花盘

该盘敞口圆足,盘内绘有玉兰花、桂花树,花叶点面结合,浓淡相宜,疏密有致。边缘绘有“松、竹、梅”岁寒三友等纹饰,反映出文人士大夫高风亮节的清高意识。此盘画工精细,舒展飘逸,画面呈青蓝色调,青花发色纯正鲜艳,显现清雅清秀之美,为典型的明代末期遗物。

明代(公元1368~1644年),现藏于河南天成文物陈列馆,具有很高的收藏价值。

记者提醒——

- 天成文物每天都有省博专家免费为您鉴赏赏真;
- 文物陈列馆全天免费对外开放;
- 文物演出,免费观赏。
- 地址:二七路226号天成珠宝金楼四楼(二七塔北100米)

消费播报

最具成长性豫商赢家高层峰会郑州开幕

8月10日,“推进河南诚信商务 汇聚全球关注 成就区域领袖”——中国“九大商帮”最具成长性企业50强的全球评选第二站活动在中原商业大都启动,来自活动承办方的数字统计显示,网站访问量已达日均10万PV(page view),境外的访问量接近50%,截至发稿,网络统计的全国报名人数总数达9000家,随活动的加速升温,这些数字也呈现直线上升趋势。

“2007最具成长性豫商赢家高层峰会”活动由中国互联网新闻中心、中国经营报联合主办,中国供应商(www.china.cn)与商都网共同承办,活动得到郑州市政府、工商联和新闻办的指导与大力支持,知名豫商企业、互联网营销专家和主要媒体出席会议。豫商峰会是此次评选的第二站落地活动。政府背景之上,“中国唯一的官方电子商务平台”“诚信牌”对招商引外资的优势明显。

此前,在中国供应商6月18日接受报名的官方网站(http://pingxuan.china.cn)上,活动报名和评选已引起业内相当大的震动,报名开始仅一周,申请参赛企业数已经远远超出主办方预期,而不得不再增加选手资格筛选工作的力度。据了解,活动通过中国网络11个语言版本的网站辐射全球,整合全国各省级新闻网站的资源后,在全世界范围内展开九大商帮的推广和评选,最终评选出九大商帮各50名最具成长性企业。获奖企业将由中国互联网新闻中心通过旗下构建多年的强势外宣平台向海外传播;在今年的秋季广交会上,获奖企业还可作为重点,获得向国外采购商推介的优先权,按一位参赛企业负责人的话来说,可谓“事半功倍,隐形附加值回报丰厚”。善于运用互联网工具的新豫商具有先进的全球化品牌意识,在中国供应商的召集下,一大批快速发展、模式创新的新豫商聚集在这次论坛上,为与全球市场对话共同探讨。

互联网营销专家齐向东表示:“豫商有着悠久的历史 and 辉煌的发展历程,他们为创造中国近代商业文明贡献了不朽智慧。随着全球经济一体化的到来,以宇通、金龙、许继公司为代表的新豫商要谋求快速发展,必须突破地域经济的障碍,创造品牌和抢占国际市场,而适应互联网时代的商业运作模式无疑是豫商实现快速成长的必然之选。”

中国供应商总经理段世文认为,九大商帮评选可以看做是企业外宣创新的一部分,本次评选就是为了搭建平台,以对企业进行更好的传播和推广。

食用葵花仁油 倾情为三农

一滴葵花浓香葵花仁油,一份拳拳真挚三农情。食用葵花浓香葵花仁油,其实也是对奔走于致富路上的农民朋友的鼎力支持。

走进位于内蒙古巴彦淖尔市的鲁花浓香葵花仁油厂油葵配套基地,这里的油葵长势喜人。田间地头,葵农们喜笑颜开。他们为什么笑得这样甜?看看他们鼓胀的钱袋你就明白了。当地的葵农介绍,在鲁花建厂前,当地的油葵收购价格仅为每公斤2.5元,而在鲁花葵花仁油厂竣工投产,每公斤收购价格则扶摇直上,目前已经达到了3.5元。

按鲁花葵花仁油年生产能力10万吨计算,每年需要30万吨的油葵才能满足生产,需要配套种植油葵基地150万亩。从目前的收购价格来看,每年至少可为当地农民增收3亿元,可带动近10万农民增收致富。了解了这一点,相信大家都会更真实、更深刻地明白自己食用鲁花浓香葵花仁油的意义所在,也一定会有一种自豪感油然而生。当你把自己的消费选择与一个群体的未来憧憬联系在一起,这该是一种什么样的深厚情感?从这个意义上说,可别小看了你食用的每一滴鲁花浓香葵花仁油。 小宋

七夕佳节 概念里的商机

七夕来临,一些鲜花店、饰品店早早打出了促销的宣传海报、条幅,而在西方情人节促销比较积极的婚纱摄影商家却少有宣传。面对七夕佳节这个商机,众商家可谓冷热不均。有业内人士表示,七夕商机,概念大于实质。

记者在经八路、文化路看到,多家鲜花店早早打出了预定七夕节玫瑰的宣传条幅。与平常相比,今年七夕节的鲜花价格将会高一些。这是因为一方面七夕节拉动了鲜花消费;另一方面,今年全国气温较高,雨水较多,鲜花损耗率急升,保鲜难度很大。

珠宝方面,据记者了解,8月18日~20日,紫荆山百货将联合周生生、谢瑞麟、周大福、潮宏基等知名珠宝品牌隆重推出婚庆特惠活动。不管是周生生推出的炫动钻戒、瑰丽意钻、THE LOVE DIAMOND、心影铂金四大系列,还是谢瑞麟推出的镶钻对戒系列,抑或是周大福 Perfect love系列,又或者是潮宏基推出的“我愿意”婚戒系列,无论哪一款都用精确无误的镶嵌工艺,绽放璀璨魅力。今年七夕,有紫荆山百货倾情打造您的完美婚饰,绝对升温您的爱情。

除了大上海城将在七夕来临之际举行情侣对唱卡拉OK大奖赛,郑州其余各大商场对这个商机的来临并不看重。大商新玛特金博大店、丹尼斯、正道花园等商场均没有较大规模促销活动推出。大商新玛特金博大店营销部党玉玲说:“七夕节这个商机对我们的吸引力是有的,但我们目前‘夏出清’已经做得差不多了,做‘秋上市’还稍微嫌早,所以不会大力度做促销。”

七夕节是中国的传统节日,这个日子在农村还是比较受看重的。河南省文化艺术研究所的葛先生说:“在豫东农村,每年这一晚是未婚女孩最快乐的日子。现在要想让七夕节被更多的消费者所认识了解,还需要做进一步的宣传。”大商新玛特金博大店营销部党玉玲也认为:“七夕这个节日,目前只是商家在炒作,许多年轻人了解的很少。而西方情人节是一个全球性的节日,商业开发也相对比较成熟,所以商场更加看重后者。” 本报记者 赵巍

河南省 2007 年自然村村村通电话工程正式启动

首批 80 个自然村年内将通上电话

继去年全面完成我省行政村村村通电话工程之后,中国移动河南公司再次担负起我省自然村村村通电话工程的重任。在8月16日举行2007年自然村村村通电话工程启动仪式上,年内,中国移动河南公司将完成首批80个自然村的村村通电话任务,惠及2.1万中原父老乡亲。这也标志着我省自然村村村通电话工程自此全面启动。

率先承担我省自然村村村通电话工程任务

中国移动河南公司在2006年全面承担起我省最后101个尚未通电话行政村的“村村通电话”工程,3000多名工程建设者经过180多天的艰苦奋战,比预定计划提前3个月胜利竣工,全省49300多个行政村全部实现了村村通电话,让大山深处的农民兄弟享受现代通信带来的便利和畅通。

在全面完成行政村村村通电话的基础上,今年,中国移动河南公司再次挺进大别山、伏牛山、太行山等深山区,第一阶段要确保年内80个未通电话的自然村实现通电话,真正改变农村的通信状况,让更多农民不仅用得上手机,而且用得起、用得好、用得值,消除数字鸿沟,促进自然村对外信息沟通,使“村村通工程”能够真正发挥促进农民脱贫致富、加快新农村建设步伐的重要作用。

列入今年村村通工程的80个自然村分布在信阳、驻马店、洛阳三市,全部处于我省偏远地区,自然环境恶劣,人口少,基础设施差,勘测和施工都很难,是名副其实的“骨头村”。据工程建设部门测算,这项工程需要建设基站26座,铺设光缆150多公里。为了保质保量按时完成任务,中国移动河南公司专门成立了2007年自然村村村通电话工程领导小组,早在今年6月初他们就在前期大量调研论证的基础上,组织编制了“村村通工程”可行性研究报告,目前工程各项准备工作已经基本就绪。

八年来点点滴滴回报社会

据了解,做为基础电信运营商,近几年来,中国移动河南公司秉承“正德厚生,臻于至善”的核心价值观,在区域经济高速发展的带动下实现了持续健

康快速的发展,目前公司的客户总量突破2600万户,七年多来累计上缴利税已经突破了150多亿元,企业运营收入规模占全省GDP的1.3%以上,为我省经济发展和和谐中原建设做出了突出贡献。

作为和谐社会大家庭的一员,河南积极参与公益慈善和环保活动,自觉履行社会责任。近期,面对我省豫南地区和豫西遭受的严重洪涝灾害,在提供抗洪抢险移动通信应急保障的基础上,全力提供各种支援,捐款、捐物近400万元。今年,还根据省委宣传部的总体部署,积极承担了由省委宣传部主办的“您好,新河南!”大型公益文化活动的重点工作,实施“展现新河南”、“建设新河南”、“感谢新河南”三大工程。2007年自然村村村通电话工程就是河南移动“建设新河南”的实实在在在行动。

本报记者 宋美琳 通讯员 陈娜