



#### 消费资讯

#### 郑州移动

#### 举行军队信息化建设讲坛活动

本报讯(记者 宋笑琳)7月24日,郑州移动举行了“八一·军民携手共建信息化强国之军”部队高层讲坛活动,邀请了驻郑部队的相关负责人以及电信业相关专家,共叙新形势下军队与郑州移动信息化建设合作的新模式,共话军民鱼水情。

讲坛开始之前,郑州移动还组织部队官兵参观了信息化演示厅,官兵们对3G时代的“数字城市”、单兵监控系统等信息新科技赞不绝口。河南陆军预备役高炮师郑师长深有感触地表示:“看了郑州移动的演示,很受教育,很受鼓舞!”郑州移动总经理贾大春表示:“郑州移动一直致力于信息化建设,目前已经开发出信息化产品100多项。”

此次讲坛活动,郑州移动特邀互联网总裁项立刚就新时期通信产业的发展和部队信息化建设与驻郑部队进行了交流。项立刚,安徽芜湖人,中国人民大学毕业,长期关注中国IT业、通信业,发表过较多行业观察文章,获《北京青年报》“燕京大高手”称号。参与《学电脑》等多个媒体创办。2000年创办《通信世界》杂志,任《通信世界》杂志社社长兼总编辑。《通信世界》已经成为中国通信业第一大刊。讲座中,项立刚从信息技术的发展、3G时代三种制式的优劣势分析、部队信息化建设的远景等方面,进行了详细的阐述,对今后军队和通信运营商的合作模式进行了深入的探讨,受到了在场广大官兵的高度评价。

#### 紫荆山百货

#### 喜获“全国和谐商业企业”殊荣

本报讯 7月26日,在北京举办的“2009年全国商业企业家活动日”大会上,紫荆山百货被中国商业企业家协会授予“全国和谐商业企业”荣誉称号,这是紫百近年来创建和谐企业取得的又一个非凡的成绩。

据悉,紫百在近年来树立以人为本、全面、协调、可持续发展的科学发展观,紧紧围绕主题定位,在诚信经营、科学管理、企业文化建设和节能降耗等各项工作都取得了可喜的成绩。

在诚信经营方面,紫百制作了近千个百货行业职业道德规范宣传牌放置在各柜台上和办公桌上,时时警诫干部、员工的诚信言行;在科学管理方面,紫百相继出台了一系列新的管理规定和制度流程,仅2008年制定、修订和完善公司规章制度共计133个,23万字;在企业文化建设方面,2008年4月1日,紫百推出了独具特色的VIS系统,改善了公司整体内外视觉形象,进一步美化了卖场的硬件服务设施,获得了员工和社会对公司新形象的认同;在节能降耗方面,紫百通过建章立制和对员工进行节水、节电、节材知识的培训严格设备管理,强化节能降耗管理,广泛采用节能环保新技术、新产品,开展节约宣传和经常性的节约活动,把降耗节能工作落到实处,取得了良好成效。

(胡成霞)

#### 走进宋河 探秘盛世国尊宋河粮液系列报道

#### 中原精粮 醇和宋河

中国白酒以曲类、酒母为糖化发酵剂,利用淀粉质(糖质)粮食,经蒸煮、糖化、发酵、蒸馏、陈酿和勾兑而酿制而成的。粮食品种和品质的选择对于成酒品质和风味有着重要的影响,所谓“粮为酒之精”。中国名酒宋河粮液的馥郁醇香之风,就源自闻名华夏的中原精粮。

宋河粮液产地鹿邑县,就是位于豫东平原上的一个农业大县,而当地盛产的高粱品质优异,病虫害少,呈现出高粱特有的香气和韵味,上世纪60年代以当地高粱为母本培育出的“鹿邑歪头”杂交高粱种子,闻名全国,至今仍是中国优质高粱的种植品种之一和许多优质高粱杂交种子的来源。其丰富的衍生物酚类化合物赋予了宋河粮液特有的香气。

宋河粮液酒为保证品质之优,在选择酿酒原料上,始终以品质为产品最高原则,“不为争小利而失大道”。制定严格的原料采购制度,即使可以用来酿酒的陈化粮也绝不使用,酿酒用高粱等原料必选当年生产新鲜之品以立酒品之醇正;同时,精选优质中原小麦制曲,曲体馥郁芬芳,散发着谷物的自然醇香,使得发酵更加充分,酒味更平和。优质的中原精粮为宋河粮液注入了无可替代的醇和精髓,品质自然有了坚实之基,散发着始终如一的平和醇香。

万绪波

# 商场“夜经济”升温

## 大商新玛特郑州总店“夜场三小时”实现三赢

### 夜场促销 精彩呈现

“太过瘾了,在促销的三小时内购物,非常划算,而且,这里环境很好,七楼还有美食,如此贴心周到的商场,我喜欢。”昨天,在大商新玛特郑州总店购物,让李女士大呼过瘾。

李女士所说的促销三小时,是指新玛特郑州总店正在进行的夜场促销。此次夜场促销从6月中旬开始连续推出,目前已进行到第三季。在第三季的活动中,促销力度再次加大,每晚17:00~20:00(每周六至周日15:00~22:30),只要在此时段购物,便可享受10~30倍的高倍积分。

正在进行的促销吸引了众多消费者前来购物,该商场的会员人数也急剧上升。一位正在该商场会员中心办理会员卡的女士说:“成为会员买东西更划算,会员积分达到5000分便可兑换50元的现金券。”

### 贴心周到 效果显著

来自新玛特郑州总店的统计,开展夜场促销活动以后,该店的销售业绩可以用“突飞猛进”来

形容,较之夜场促销活动开展之前的淡季销售,目前,业绩增长翻了二倍。

“业绩的增长说明我们的营销得到了消费者的认可,这也是我们最希望看到的结果。”新玛特郑州总店副总经理李斌说。

事实上,从新玛特郑州总店成立起来,就一直非常注重创新营销,并很快树立了自己的营销品牌,精准营销、文化营销、公益营销等,该店的种种营销方式让郑州消费者耳目一新。新玛特郑州总店总经理孙亚杰说:“我们强调,做任何工作都要有双向思维和创新思维,双向思维就是换位思考,站在顾客的立场上考虑问题,站在供应商的立场上考虑问题。”

此次新玛特郑州总店正在进行的每晚三小时夜场营销依然处处为消费者考虑,总店专门印制了精美的DM手册,促销活动的内容上面应有尽有,一目了然。该DM在商场显眼处、各柜台处均有摆放,消费者可免费索取。

### 先行一步 实现三赢

新玛特郑州总店的夜场促销

与政府有关部门发出的号召也不谋而合。日前,郑州市商务局曾下发通知,要求各商场延长营业时间,以丰富市民夜生活,提振经济。而在此之前,新玛特郑州总店已先行一步,开展了夜场促销。

“我作为一名消费者,我最关心的是促销力度大不大,能给我带来什么样的好处?在这里购物划算不划算?考虑清楚这些问题,我才会来购物。”在新玛特郑州总店门口,提着新购衣物的王新霞满面笑容地说。她是下班后先到另外一家商场,感觉活动力度不大,然后又直奔新玛特郑州总店来的。对此次新玛特郑州总店的夜场促销,她用“相当满意”来形容。

消费者的认可促进新玛特郑州总店的销售业绩增长,而从另一方面来说,销售业绩的增长隐含了消费欲望的增长,在不经意之中,新玛特郑州总店的夜场促销已为提振郑州经济,增加郑州GDP做出了贡献。“可以说,商场搞促销,活跃消费,丰富市民夜生活,对商家有利,对消费者有利,对郑州这个城市的发展更有利,这是个三赢的结果。”一业内人士分析。赵羲



## 纵贯豫酒六千里(三)

入了低谷并且冲突无门。谈及此,总是不由自主地想到健力宝前掌门人李经纬仰天垂泪的那张图片,李的出局,与一个叫张海的河南小伙子有关,后者在入主健力宝后不久又染指宝丰,精神可嘉但是运营艺术,终将宝丰事业带入一片滩涂。

宝丰今天的再度崛起,和一个叫王杰士的企业家密不可分,2006年4月,宝丰人王杰士果断决策,出资收购了宝丰酒业公司。重组三年多来,依托其多年来在焦化、建材、煤炭、铝土矿业等产业基础上形成的强大的资本实力,累计向宝丰酒业注入资金3亿多元,实施全方位的技术改造,使重组后的宝丰酒业浴火重生,雄风再现。

主打清香的产品结构调整、稳步推进的金色三角营销格局、不断增强的“国色清香”研发能力,被业界看做是宝丰重新崛起的法宝。

王杰士麾下的宝丰,每个月初雷打不动的营销会议,散布在各地

的销售人员纷纷“回流”,使如今的宝丰精神进一步得以凝聚。我们这次去时,正好见到各地的业务员陆续回到公司,销售公司一位副总介绍说,通过几年的营销布局,全省各县已经全部覆盖到位,没有了空白点,每月一度的这个例会,能够解决很多问题,产销沟通、业绩通报可以了解市场反应以利进一步研发,业务员们及时反映的同行在当地的手段方式操作办法,也会促使公司高层以最快的时间拿出破解方案,制定应对计划,同时这个时间的聚会,有意无意间,也会焕发出大家对企业的文化认同感。

相见浓情不过,午间留客。相关领导与我等在饭桌品鉴宝丰新品,席间有人新添一种酒水兑酸梅汤的技法,引起称道(按:宝丰酒兑冰红茶的喝法系经过研发的成果,是被允许的),老友相见杯中情怀,真酣畅淋漓事!

王见宾



### 性别百货“男冷女热”待认可

新闻:据《商业周刊》报道,即将到来的8月是北京市SOGO(庄胜崇光)男馆,也就是国内首家性别百货的绅士馆创立三周年的日子。

自从三年前SOGO将男、女馆分开,首开性别主题百货的先河以来,围绕其能否成功的质疑声就从未间断。尽管在面积达到两万平方米的绅士馆中,商务正装、休闲装、高档钟表、男士配饰等近200个品类男性商品一应俱全,SOGO还通过举办“男性消费趋势与品质生活”论坛等方式为绅士馆造势,但就目前的情况来看,SOGO绅士馆内依旧缺乏客流。

视点:中国购物中心产业资讯中心主任郭增利表示,目前国内男性消费者还没有建立持续性的购物习惯,去商场多是陪伴家人。另外,对于逛商场这一习惯,大多男性消费者也比较排斥。调查数据显示,不少男士的服装、鞋帽等商品均是由其妻子在自己消费之余购买。硬性将男、女品牌的商品分开,无疑给女性消费者为丈夫购买商品设置了障碍。就这层面看,SOGO绅士馆出现人气不足的现状也就不难理解了。

据了解,不少业内人士认为,随着进一步发展,市场将被进一步细分,各种主题百货商场将会成为市场的主流。但是,现在的国内市场是否已经足够支撑各种主题百货,却是一个值得商榷的问题。有志于此者,前车之鉴,不可不慎。

### “午消费”优惠多受白领青睐

新闻:据《新闻晨报》报道,“午间商务套餐48元”、“午间时段限时优惠半价”、“下午茶8折”……进入夏季,上海市不少商家瞄准午间消费商机,在中午时段推出了各种优惠措施,“午消费”现象正日益红火。一些白领充分利用起午休时段,把瑜伽、健身等活动安排到中午,而一些健身房、美容院等也在午间推出针对白领的促销活动。

视点:最近,“夜经济”一词在郑州再一次被反复提及,在政府的推动下,夜场促销成为零售业拉动消费的重要举措。暑期仍在持续,商业淡季也在持续,除了“夜经济”,我们还需要做些什么?上海的“午消费”也许可以给我们提供一些借鉴。

不过归根结底,“夜经济”也好,“午消费”也罢,不过是折扣促销包装后的样子而已,创新营销的意义并不足够,有待于被赋予更多内涵。金融危机的阴影仍未散去,于政府,于商业,我们需要做得更多。

#### 消费提醒

### 从三方面防止翻新家电“下乡”

随着家电下乡政策的逐步实施,一些不法商家为牟取私利,将翻新家电“下乡”。如何让广大消费者享受到“家电下乡”的实惠,避开翻新家电的陷阱?专家提醒广大农村消费者,应从以下三个方面入手,防止翻新“下乡家电”。

第一,从产品外包装上进行辨别。为了便于农民识别“家电下乡”产品,商务部、财政部特别制定了“家电下乡”产品标志,在产品外包装的正前面印制家电下乡“中标产品”标志及“中标产品”字样,产品说明书上贴有“家电下乡产品标识卡”。

第二,消费者要通过正规的渠道购买家用电器。在购买“家电下乡”产品时,消费者应注意“家电下乡”产品的型号、最高限价和销售网点;在产品开箱时,要注意验证和保存产品标志卡,确定标志卡正确完好后,方可从说明书上取下标志卡,并以此作为申领补贴的重要凭证。购买“家电下乡”产品后,需将标志卡上的卡号、产品编码的条形码和购买人的个人信息告知网点销售人员,进行销售登记,并索要正规的质检发票。

第三,若发现假冒伪劣产品,及时举报。广大农村消费者,如果发现经销翻新家电和有假冒“家电下乡”推销产品的行为,要及时向工商行政管理机关12315申诉、举报,以便切实保护自己的合法权益不受侵害。李响

### 郑州新玛特金博大店

7月31日起

#### 品味男女绘(浪漫星期五)

男装、男鞋、珠宝、化妆品闪耀呈现,惊喜的男装组合,火爆的男鞋、男装商品,加上化妆品的特惠礼盒和珠宝品牌的独家买赠。

#### 周末花开齐绽放

化妆品、珠宝、名表、女鞋、少女装、少女装、淑女装、男装、男鞋、运动休闲装、儿童用品、床品家居、羊绒羊毛等魅力倾献。

#### 三、特别企划——开心淘宝夜

活动期间,外广场开办夜夜开心淘宝街活动,全场货品低至29元。当日全楼累计购物满88元,即可参加屈臣氏超值换购活动。

#### 录取通知书免费抽奖。

#### 推荐品牌:

艾莱依08款6折,米尚4至6折,歌蒂斯、史努比、米兰空气5折起;波斯登、雪中飞、康博买就送(护理套装、伞、珊瑚绒毯);雅鹿羽绒献真情,购物满139元,即可参加抽奖(格力空调、阿米尼电动车、格力电风扇)100%中奖。

### 紫荆山百货

7月31日~8月2日

#### 一、礼献最可爱的人

活动期间,全场百货服饰低至3折。8月1日当天,军人凭相关证件可至一楼客户服务中心免费办理会员卡一张并可领取精美北京宜家瓷杯一个。

#### 各商品部楼层推出业种活动

1F: 洗化推出防晒套装、工艺、珠宝推出超低折扣、买赠活动,女鞋推出超低折扣;  
2F: 女装推出超低折扣,内衣满额赠礼;

#### 夏品折扣

全馆服饰4折起;  
参与品牌: 朵兰帝、琪琪、迪赛堡马、恒源祥、啄木鸟、袋鼠、罗蒙、利郎、伟志、才子、洛兹、亚格斯等;  
魅力运动: 李宁6.8至7.5折,安踏5.8至6.8折,匹克5至5.5折,361度3至6折,乔丹6.8折,特步6.5至7.5折;

#### 3F: 男装推出重点

品牌超低折扣,男鞋、皮具超低折扣或特惠款;  
4F: 运动品牌滔搏夏出清、休闲区超低折扣或者推出特惠款;

5F: 夏凉床品超低折扣、家电、文具推出买赠或超低折扣、迪信通暑期学生机特惠。

#### 二、璀璨之约——谢瑞麟

8月14日新柜闪亮登场,敬请期待。

### 郑州百货大楼

女鞋全线4至5折出清,参与品牌: 达芙妮、特丽雅、华茜娅、戴安娜、声雨竹、米莲诺、卓怡、ATT、舒丹妮、珠莉莱。  
2009年反季羽绒文化节(7月31日~8月2日)  
冰点价格,全场羽绒1.5折起;  
购物满100元即可参加抽奖,100%中奖,学生凭2009年大专以上