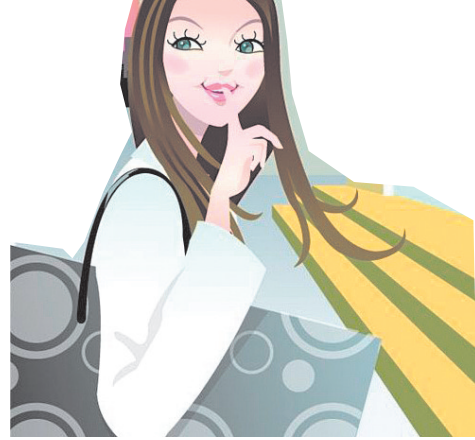




将与四城联盟 60小时不打烊

新玛特总店国庆营销大戏启幕



“十一”黄金周还未到，新玛特总店却已经闹出了足够大的动静，让人们不禁对该商场的“十一”营销有了更多期待。9月24日，新玛特总店公布了自己的“十一”营销规划，联合焦作、开封、新乡、洛阳举办购物节，60小时不打烊的“郑州不眠夜”，郑州市的首次商场菊展，尽显该店一贯的创新营销风格。

消费资讯

C&A 郑州首家专卖店开幕

本报讯 昨日，来自欧洲的时装品牌C&A举行了开业典礼。据悉，这是郑州首家C&A专卖店，这是该品牌在中国开设的第12家专卖店。另外，它入驻的印象城购物中心也是首次进驻郑州。

C&A 郑州专卖店坐落于市中心民主路与西太康路交会处的印象城购物中心，这家二层楼的专卖店面积超过1000平方米。C&A旗下三个独具魅力的创新品牌 Clockhouse、Yessica 和 Angelo Litrico，涵盖了时装领域的方方面面，从最前沿的流行风格到都市里的优雅装扮，为郑州消费者提供了无尽的风格选择。

作为国际化的时装零售品牌，C&A也长期致力于对中国慈善事业的关注。开业当天C&A向省妇女儿童联合会儿童工作部捐赠人民币5万元，帮助15名儿童完成小学学业。“C&A今后将不遗余力地积极进行有利于当地社会的各项活动，为社会和谐与发展做出贡献。”C&A资深副总裁李成杰先生如是说。（赵佳）

本报记者 赵羲

“文化搭台，商品唱戏，与众不同，自我超越。”副总经理李敏用四个词概括了新玛特总店的“十一”营销活动。据介绍，从9月29日到10月8日10天时间，新玛特总店将和焦作、开封、新乡、洛阳等地的相关政府部门联手举办购物节。9月29日-10月1日，联合焦作；10月2日-10月3日，联合开封；10月4日-10月6日，联合洛阳；10月7日-10月8日，联合新乡。购物节期间，该商场将和这些合作地城市一道举行60年巨变摄影展、旅游展、民俗文化风情展、土特产展等，合作城市的消费者持身份证不仅可以在该商场享受到专享优惠，还可以在新玛特总店的联盟单位享受专门优惠。

“十一”营销期间，新玛特总店将会推出一个60小时不打烊的“郑州不眠夜”，如此长时间的连续营业，这在郑州百货业还是第一次，“这是一个挑战。”李敏表示。据悉，该商场希望把“郑州不眠夜”办成一个夜场购物派对，9月29日和9月30日的晚上11时至早8时，该商场电影院全部免费，满场为止；每天的午夜之后，将会有异域风情的表演推出；每晚2时以后，餐饮一律半价。国庆节的夜晚，相信会因为这次“购物派对”变得与众不同。

对于此次“十一”营销活动，新玛特总店相关人士用了一首诗来概括，国庆60年，月圆人更圆；金菊贺盛世，喜庆飞满天。其中“金菊贺盛世”

一句指的是“十一”期间，将会有5万盆菊花摆放在商场内外，“我们把这定义为‘郑州商场的首次菊展’。”李敏说。

李敏表示，“十一”期间新玛特总店将会呈献给人们一个升级版的联盟营销。该商场不仅联盟了省会18家银行、进口大众、果岭山水等，还联盟了国美电器、红星美凯龙、家乐福等零售业大佬。此外，该商场此次与四个城市结盟营销，“依托当地政府，整合资源，把市场做大，把销售做好”，也使联盟营销的内涵进一步扩展。

“十一”营销，我们新玛特总店仍然要成为郑州商业的主角，带给消费者一种别样的冲击、震撼和感觉。”李敏很有信心地表示。

《打响郑州战役第一枪》剧组紫百义演

本报讯 9月22日下午，紫荆山百货西门广场上，掌声不断，这里有正义凛然的“解放军战士”，慈祥的“农村老大娘”现场演绎红色经典——由解放郑州老战友联谊会和紫荆山百货共同举办的“庆祝建国60周年‘红旗飘飘，放歌紫百’联合红歌演唱”当日举行，20集电视连续

剧《打响郑州战役第一枪》也现场宣传造势。

据悉，为向新中国成立60周年献礼，也为了纪念郑州解放61周年，参加过解放郑州战役的老战士张世秀作为总制片人携手其他10位老军人创作了《打响郑州战役第一枪》，剧中所有演员义务参演。

紫百党委书记总经理刘

玉梅表示：“这些可敬可爱的老战士能选择紫百作为这次红歌义演的舞台，我们感到格外荣幸。没有他们当年为解放郑州抛头颅洒热血的浴血奋战，就没有我们今天的幸福生活。我代表大商集团紫荆山百货的全体员工向他们表示最崇高的敬意和最真挚的感谢！”（朱庆华）

野生大鱼香浓郑州

本报讯 “喝鱼一碗汤，赛过飞禽走兽一筐筐”。近日，这句俗语在郑州食客中口耳相传，专门经营野生大鱼的福熙鼎野生大鱼坊也因此日渐走红，成了喜爱纯天然食品

顾客的必去场所。

据悉，福熙鼎野生大鱼坊的鱼都是来自乌苏里江的绿色生态野生大鱼，有专业打渔船供给，天天空运到郑州，保持新鲜。每

条大鱼的重量都在几十公斤以上，没细小的刺，郑州的食客再也愁鱼刺扎嗓子了。据介绍，该店在全国有300多家分店，郑州市目前有三家。（楚天玺）

中国电信致力于将3G推入平民时代，让电信客户既享受3G服务 又畅享单向收费

本报讯（记者 宋笑琳）值此新中国成立60周年之际，中国电信向全国电信客户献上国庆大礼：自10月1日起，新加入“我的e家、商务领航品牌”和“天翼商旅套餐”的客户，在全国范围内率先享受手机全国接听都免费的政策。这意味着，说了那么多年，在2G时代中国老百姓都没能盼到的手机通话单向收费，在3G时代，终于由中国电信率先替老百姓圆了全国接听免费的愿望。

记者从中国电信了解到，新加入商务领航、我的e家、天翼商旅套餐的客户，自10月1日起，均可享受国内（不含港澳台地区）接听免费。普

通的手机用户，只要任选一款天翼商旅套餐，即可在全国范围（不含港澳台地区）享受接听免费的政策；加入我的e家、商务领航品牌，更可直接享受这项优惠。而且，加入以上三类品牌套餐还能同时享受套餐内的其它优惠。

中国电信在国庆之际给新用户送上如此大礼，当然也不会忘记对老客户的关怀与回馈，中国电信已部署全国支撑系统的升级改造，尽快让老客户自动享受这项优惠措施。除个别省外，绝大部分省市将于10月1日起实现新老客户同时享受全国范围（不含港澳台地

区）接听免费的优惠，个别工程进度慢的省份最晚也将于11月1日起实现。

据悉，为了配合此次行动，中国电信还将陆续推出70余款千元3G天翼手机。中国电信的有关人士告诉记者：“让3G进入平民时代，人人用3G正是中国电信规划建设3G网络的指导思想。”

中国电信的此次行动，带给百姓的实惠是实实在在的：无论2G手机还是3G手机，在全国范围内接听全部免费，就是说，只要你是中国电信的天翼用户，办理相应套餐后，无论你走到哪儿，只要在中国大陆接电话再不要钱了。

行情速递

500名幸运顾客免单 新玛特郑州金博大店“亮剑”节前营销

上个周末，大商新玛特郑州金博大店推出预售风暴，提前开启了“十一”营销高潮。珠宝、名表销售较往常提升了至少3倍，服饰类的销售量提升更为明显，均在6倍以上。本周末，该店的“十一”营销的前奏来得更加令人震撼，500名免单顾客集结，200万促销大礼包回馈，一场购物盛宴在节日来临前已经出炉。

据悉，新玛特金博大店此次活动的一大惊喜是将集结500名免单顾客，这是“顾客消费，我买单”的尊崇提升，最高将有250万元的免单金额回馈给广大消费者，该店负责人表示：免单大礼包将面向所有来店顾客，真正的让所有消费者成为VIP。

“十一”越来越近，本周，新玛特金博大店除打造VIP特权周末，在回馈力度上也进一步升级，将拿出200多万促销大礼包回馈给广大顾客，推出“200万促销大礼包一份不留”的承诺，在进行珠宝、名表、化妆品、餐厨、服饰重磅品牌折后再加返活动外，又增加了6级满额级数赠的活动，在优惠中再享赠礼的丰厚特惠。该店也专门为大单

团购顾客设置了惊喜大礼，让广大消费者实实在在地体会到，新玛特金博大店此次“十一”营销活动是一次“消费盛宴”。同时，该店更是提出了“全市同行业最低折扣”的口号，以全场百货服饰5折起的活动力度，迎战“十一”黄金周。

在商品储备方面，该店负责人表示，此次营销货品充足，在秋季畅销款、畅销货品上做了充分的准备工作，对一些知名品牌更是加大了货品管理力度，有信心保障所有顾客买到自己称心如意的商品。

此次“十一”营销活动，新玛特金博大店宣传遍布了郑州临近的6个地市。在这种大力度的营销活动中，客流量自然很大，排队开票、交款往往成为消费者的一大困扰。该店相关负责人介绍：“我店采用了全员营销的理念，从管理层到一线员工每个人都参加到‘十一’营销活动中，从顾客选择商品到交款，都做了充分的准备工作，避免顾客在购物中排队的困扰，为大家营造一个轻松、方便的购物环境。” 赵羲

五星电器备货30亿迎战黄金周

“十一”黄金周临近，五星电器全线进入“一级备战状态”，全国30多亿元的采购资源已经调配到库，引进1000多款新品，届时郑州市家电价格可能整体下降20%~40%。

五星电器相关负责人表示，这次大规模采购涵盖彩电、冰箱、洗衣机、空调、通讯、数码、电脑、白小家电类主流商品，“十一”前一两周将全部入库，除了在各货总量上满足消费

者之外，在产品的个性化和多样化方面也将满足消费者需求。据悉，此次价格战战中，由五星电器包销、定制、首销的商品大大超过以往，占总体采购的30%。据透露，这些特惠资源将在黄金周期间分批放量投入家电市场，整体家电价格平均降幅在20%~40%左右，最高让利幅度或将达到60%。

万绪波

大上海城惠迎国庆

在国庆、中秋双节到来之际，河南省第一家真正意义上的SHOPPINGMALL——大上海城，将在节日期间推出前所未有的优惠促销、多重让利活动，让消费者实实在在享受优惠的购物大餐。据悉，10月2日~4日，大上海城还将推出时尚动漫大赛活动，让喜爱动漫的朋友一饱眼福。

国庆期间，大上海城全场名品运动、休

闲服饰2折起，负一层潮流驿站全场商品3折起，位于二楼的美食酒吧街各类餐饮商户均将推出低价菜品酬宾活动。位于大上海城一楼东厅的红一街将推出多重让利优惠活动，现金购物满100元返现金券40元，购物满200元或消减会员卡内300积分即可参加抽取液晶电视、电动车、手机的抽奖活动。 魏文帝

逆势而上 “智造”阳光

五年一创 铸造阳光奇迹

河南阳光油脂集团总部位于环境优美、文化底蕴深厚的荥阳市，这里西有楚河汉界，东有“诗豪”刘禹锡、“情圣”李商隐的墓园。2003年，正值“非典”的艰难时期，阳光人开始在这块风景秀丽的土地上挥洒汗水，艰苦创业。一无厂房二无设备，只有阳光人的一腔热血和万丈豪情。一位公司的老员工说：“那时候，不论骄阳似火还是寒风凛冽，老总始终都和我们在一起，大家同甘共苦，没有领导和员工之分，心往一处想，劲往一处使，虽然早出晚归、异常辛苦，但大家都苦中作乐、毫无怨言。当厂房、库房拔地而起的时候，那份心情不亚于我初为人母的喜悦和兴奋。”如今，她还时常回忆起第一批大豆到厂的时候，第一桶油出产的时候，第一袋豆粕装包的时候。

艰难困苦，玉汝于成。五年间，阳光油脂公司逐步成长壮大，而艰苦奋斗也成为阳光人身上最重要的精神气质之一。

2006年，阳光油脂公司成功收购许昌山花实业有限公司；2008年10月，斥巨资收购了信阳万富油脂公司；2009年，独资成立了奥利福油脂销售公司、豫鸣物流公司，阳光油脂集团组建成功！

管理创新 “智造”一流企业

阿里巴巴董事局主席马云曾说：文化是企业的DNA。一些学者也提出，二十一世纪的企业实际上就是文化的管理。那么，阳光的文化究竟是什么？

著名管理学家斯蒂芬·罗宾斯认为，组织文化的最初来源反映了创始人的远景和使命。阳光创业之初，董事长兼总经理司胜利就提出，要凭着铸造辉煌、成就典范的誓言和激情，立足中原沃土，以“客户第一、诚信第一、品质第一、服务第一”为经营宗旨，坚持“成功从责任开始”的管理理念，以“高效、务实、拼搏、创新”为企业精神，坚持人性化的科学管理，向着“中国油脂行业的明星”的方向奋力前进。

阳光油脂能够在竞争激烈的市场当中脱



阳光油脂先后推出了一级大豆油、食用调和油、特香调和油、花生芝麻调和油、餐饮专用调和油等10多个品种、20多个规格的油品。

颖而出，还有什么过人之处呢？

在管理制度方面，阳光油脂制定了科学完善的企业法人制度治理制度，根据企业条件和市场环境的变化，实行集权有道、分权有序、授权有章、用权有度的权力管理制度，强调责任与权力的对等和动态平衡，从而充分调动每个成员的积极性，为阳光油脂实现跨越式发展奠定了坚实的基础。

在人才管理方面，阳光油脂以“量才而用”为指导，对于能力较高的员工会赋予其更高层次、更大责任的工作，以保持员工与工作的动态平衡。2008年3月，公司实行竞聘上岗，把一批年轻有为、敢闯敢拼、有知识有能力的青年骨干提到中高级管理层，不但实现了公司管理层的更新和结构的合理化，而且激发了全体工作人员的工作激情。

在营销管理方面，阳光油脂坚持以自我发展为主的营销模式，在“思路决定出路，行动决定未来，提升整体效果，提高营销能力”的思想指导下，根据市场需求，建立生产企业、经销商、大型卖场、连锁超市和终端销售的多元化营销渠道。同时，公司逐步提高对国内外市场资源的整合能力，在国内重点市场有选择地建立分支机构，配备高素质的营销人员，形成整体布局优势，建立快速发展的网络平台。

立足中原 塑造河南品牌

2009年5月29日，阳光油脂集团董事长

兼总经理司胜利做客河南人民广播电台，主持人这样问道：“在当前经济整体低迷的大背景下，河南油脂行业怎么样才能逆风飞扬？作为河南油脂行业的领军企业，阳光油脂集团准备怎么样来打造优势品牌？”司总回答说：“阳光油脂的产品在制造工艺和产品质量上与一线品牌是一样的，2008年河南省油脂市场内，我公司奥利福牌系列包装油与一线品牌的销量大致也是一样的。第一，充分利用我们的加工优势，我们是国家级的加工技术中心，有自己的加工厂，生产成本低，可以给老百姓提供切实的实惠；第二，充分利用产品质量优势，我们采用物理精炼，跟那些化学精炼不一样，产品没有任何添加，是纯天然食品，同时，我们的产品结构品种齐全，有多元化的优势；第三，充分利用三个工厂布局上的优势和运输的优势，集团在许昌、荥阳、信阳有三家加工厂，可以就近运送产品，另外，我们还有自己的铁路专用线，运输成本相对低得多；第四，充分利用售后服务优势，我们售后服务宗旨是无产品质量问题投诉、无工作人员服务投诉。公司在对外服务的窗口设置有服务监督栏，并在产品售出后，及时进行跟踪服务，采取每月发放调查表、每季召开座谈会以及随时回访，征求客户对产品品质、售后服务等方面的意见、建议，力争做到客户满意度百分百。

那么，阳光油脂靠什么保证自己的品质呢？

阳光油脂采用目前世界最为成熟的膨化浸出、物理精炼的大豆油加工工艺，核心设备全部购自德国。大豆经过筛选、预处理、脱皮膨化、浸出、物理精炼等十二道工序，所生产的大豆油能完好地保留大豆的各种营养元素和矿物质，绿色、健康。

五年间，阳光油脂可谓荣誉等身。2006年，“奥利福”牌食用油被授予“河南省名牌产品”、“河南省放心食用油”荣誉称号；阳光油脂公司也先后被评为“河南省农产品加工示范企业”、“国家应急商品河南省重点联系企业”、“农业产业化河南省重点龙头企业”、“国家级大豆加工技术研发分中心”、“省级企业技术中心”等。

为了更好地服务客户，回馈社会，公司先后推出了一级大豆油、食用调和油、特香调和油、花生芝麻调和油、餐饮专用调和油等10多个品种、20多个规格。目前，郑州市沃尔玛、大商、麦德龙、家乐福、丹尼斯、易初莲花等各大超市、油品市场都能够见到“奥利福”品牌系列食用油。

扬帆起航 打造行业巨舰

阳光油脂集团发展的指导思想是：以河南省食品工业“十一五”规划为指导，加快产业结构调整、产品结构、资产结构和区域布局的调整；发挥市场导向和政策引导作用，协调统筹各类资源，实现加工业持续、稳定、健康发展。

2008年荥阳、许昌、信阳三地工厂共实现大豆加工量59.24万吨，销售收入49.32亿元。为进一步整合省内油脂加工业的资源优势、人才优势、品牌优势、市场优势，阳光油脂集团目前正在规划利用豫南菜籽和花生的资源优势，在信阳市新建2000吨/天菜籽加工生产线、500吨/天花生加工生产线。中原油脂油料交易中心也已通过省发改委立项，正在筹建之中。通过这些措施的实施，完成河南省内大豆、菜籽、花生油料加工的整体战略布局，两年内预计实现年加工大豆240万吨，菜籽60万吨，花生15万吨，销售收入实现160亿元。

如今，阳光油脂集团已经浑然自立，犹如一艘崭新的巨轮，已扬帆起航，迎着黎明和朝霞，向着更广阔的天地驰骋遨游。 绪波

2008年，金融风暴席卷而来；2009年，经济复苏，增长依然缓慢，而就在2009年5月，阴霾笼罩下的郑州企业界亮起了一缕最耀眼的“阳光”——河南阳光油脂集团成立了！

危机到来，阳光人不等不靠，在董事长兼总经理司胜利同志的运筹帷幄之下，迎难而上，主动出击，对内管理创新、体制改革，对外寻求合作、战略重组。至此，阳光油脂集团已经成为一家集生产加工、科研开发、进出口贸易、物流运输、销售服务为一体的大型油脂集团，年加工油料150万吨，生产植物油30余万吨，综合实力居全国同行业前十位。阳光油脂集团旗下的“奥利福”、“豫鸣”、“乐益”、“顶乐”、“奥龙”五个食用油品牌已经覆盖了河南全省及周边省份市场，公司所生产的散油、豆粕已然以绝对的优势占据了中原市场，并辐射到湖北、安徽、陕西、山西、四川等地，阳光油脂的产品定价成为中原地区油脂、豆粕的定价标杆。

阳光奇迹，如何铸就？