

## 宋河粮液 筑盛世文化长城

酒是文化载体,文化赋予酒品牌价值,独有的中原文化底蕴和老子的哲学精髓,赋予了盛世系列宋河粮液醇和悠远一脉真香,盛世崛起的泱泱中华,赋予了盛世系列宋河粮液勇敢坚韧、包容广博的中国性格。

酒性即人性,宋河酒业在悟道中国人性后,将中国人性融入宋河酒性,中国性格的本质是天人合一,是中华民族五千年来的思想核心与精神实质,是中国传统文化的主流,也是儒道文化的交汇。“中国性格”综合到“天人合一”上,很贴切自然,如今“中国性格”正在成为世界研究中国崛起的核心课题,对于中国白酒,宋河的文化独占性与不可复制性,前无古人,后无来者。

盛世系列宋河粮液的高贵血统和王者气质是与生俱来的,是宋河积淀六年后的荣

耀“凯旋”,宋河千年佳酿与造型大师精湛技艺,共同演绎了极致辉煌与雍容大气,缔造了一段华夏壮史。

王者亮剑,天下归心,宋河深信,这是一个以性格魅力征服世界的时代。中国性格成就了5000年中华文明,也必将使中国成为世界瞩目的中心。

万绪波

## 行情速递

### 中国电信 降低台湾、澳门漫游资费

本报讯 记者从中国电信了解到,继宣布从10月1日起国内漫游接听免费后,中国电信又于近日宣布自11月1日起大幅调降台湾、澳门地区天翼手机用户漫游业务资费,出访上述两个地区的漫游话费低至0.50元/分钟,拨回大陆地区只需要1.00元/分钟,最高降幅超过83%,平均资费降幅也超过65%。

新的漫游资费实施后,中国电信天翼手机用户漫游用户在台湾、澳门拨打当地电话只需要0.50元/分钟,接听电话及拨打大陆地区电话只需要1.00元/分钟。业内人士表示,中国电信是首先将台湾、澳门地区漫游资费调降到1元以下的运营商,也是在上述两个地区漫游资费最低的运营商。

(赵羲)

### 海尔 寻找家电寿星活动进入高潮

本报讯 今年,海尔集团成立25周年,为了回报河南区域广大消费者对海尔品牌的厚爱,自9月开始,海尔河南分公司推出了主题为“国庆60年,旧貌换新颜”的寻找家电寿星活动,该活动在全省范围寻找使用海尔电器最早的海尔用户,其中,海尔冰箱、彩电、洗衣机、空调、热水器、冷柜六大产品将依照用户使用时间长短顺序各评选出6位老用户,对每一产品最早一位金牌用户将进行完全免费的以旧换新,而每个产品所评选出的其他5位老用户也将获得海尔公司提供的精美礼品一件。

作为中国家电业最有价值的品牌和产品线最为丰富的企业,海尔在长达25年发展中,积累了规模庞大的用户群体。本次活动受到众多海尔老用户的关注,据悉,一个月以来有近6000名海尔老用户报名参与征集。

据悉,海尔寻找家电寿星的活动,目前正在最后的紧张鉴定评选中,如您报名的寿星家电比较早,如1987年以前的冰箱,1996年以前的洗衣机、空调、冷柜,1998年以前的彩电、热水器,近日可留意接听电话或家中留人,海尔星级服务中心会与您联系,在您方便的时间上门鉴定。

据海尔河南分公司介绍,强化家电以旧换新,帮助城市居民家庭逐步淘汰高能耗、过时的、具有安全隐患的“超龄”家电,将是海尔近期的重要任务。为此,他们已决定将今年11月定为海尔社区店的“以旧换新”推广月。活动中,海尔河南分公司将联合省内数十家海尔社区店,共同开展“以旧换新进社区”活动,让城市居民在自家门口就可实现便捷的家电升级服务。

11月7日~8日,海尔“以旧换新”推广月启动仪式将在郑州绿城广场盛大举行,活动中,将在现场组织大型的以旧换新团购活动,同时隆重举行对36名海尔金牌用户、星级用户的颁奖活动。届时有意更新旧家电的市民,可在现场进行预约,享受海尔社区店免费上门的“换新”服务。同时,为了推广节能、环保的绿色生活方式,现场还将开展“旧电有奖回收”等多种公益活动。

(楚天玺)

### 紫百 男装、男鞋走上高端路

本报讯 最近一个星期,很多紫百的老顾客在光临紫百购物时,发现三楼四楼进不去,运动休闲服饰和男装欲购无门,经过工作人员解释才知道,原来紫百在进行大力度的调整装修。

据悉,此次调整后,紫百的男装、男鞋和皮具由原来的三楼搬迁至四楼,淘汰了一批知名度不高、市场反应不好、销售不理想的品牌,引进了一些市场占有率高、销售业绩好的国内知名品牌,男装如鄂尔多斯男装、迪莱、英伦·杰德龙、帕萨蒂尼、约翰维尔等,保留了迪赛、金利来、皮尔卡丹、胜龙、雅戈尔、罗蒙、九牧王、虎都等销售好、消费者认可的品牌;男鞋引进了骆驼、BOSS绅威等品牌,名仕·沙驰、皮尔卡丹、金利来、木林森、哈驰、苹果、圣大保罗以其良好的销售业绩予以保留;皮具知名品牌万里马入驻,将使紫百皮具品种更加高档。使紫百在品牌的整体水平上又上了一个新台阶,更加契合紫百“礼品百货,尊贵消费”的主题经营定位。为紫百做精品百货,国际性现代化商场走出了坚实的一步。

紫百的相关负责人告诉记者,新调整的男装、男鞋品种将继续走“精品、名品”路线,主要定位中高端消费群体,主要消费人群为有一定地位和财富基础的成功男士。无论从购物环境、商品选择和组合、顾客服务等均按高标准要求进行,调整后的紫百将力求为人们带来更时尚、更精致、更具有特色的品位生活选择。而且,在本次男装、男鞋品种调整之后,紫百将推出大力度的活动来配合男装、男鞋品种的盛装开幕。

(朱庆华)

# 郑州商场 店庆营销正当时

本报记者 赵羲

郑州一家商场的负责人表示,一年中两个时间商场的货品最为实惠:店庆和年中庆。此言不虚。据悉,从10月30日开始的新玛特总店店庆,不仅促销手法花样繁多,而力度也是前所未见。仅10月30日当天,就有直接的超低折扣,全场7折、8折;有“循环返券”活动,满300元可以返150元,用返券买东西还可以再返券,仅此一项,如果你消费比较多的话几乎相当于全场打了5折;有满额抽奖活动,10月30日消费满2000元就可以获得抽取汽车的机会,12辆汽车将会在当日送出;有特卖活动,不仅商品低至1折,满880元还送100元现金券;同时,当日会员消费如果达到一定金额,还可以享受到新玛特总店提供的劲爆礼。

开业纪念的时间只有一天,而店庆

则是少则十日,多则半月,更有的会绵延近月,一切都是按需而取。日前,北京华联的7周年店庆,从9月11日起至10月8日止,整整延续了28天。该商场企划部负责人表示:“活动时间的拉长有利于我们抢占市场,也刺激了消费者的消费意愿。”

如果你翻一翻以前的新闻,会发现有些商场今年举行店庆的日子居然与往年不同,有的甚至年年不同。你也许知道这家店什么时候开的业,但你永远也不会知道这家店什么时候搞店庆。这就是店庆营销的重要特点,也是让商业操盘手乐此不疲的重要原因。

以新玛特总店为例,该商场去年9月底试营业,今年1月份正式宣布开业,而一周周年店庆则是从10月30日开始。

有节过节,无节造节,商家的黄金营销法则在店庆上运用得淋漓尽致。

虽说店庆实惠多多,可带来的烦恼也真不少,经历过十一黄金周的想必还会心有余悸,商场人超多,处处需要排队,周边更是全面塞车,看来有购物需要的消费者要做好心理准备了。业内人士也分析指出,在打折常态化、各商家价格差异逐渐弱化的情况下,一味地强化节日营销有可能让消费者逐渐对店庆“不感冒”。

虽说店庆更多时候只是商家拉动销售的工具,不过,假如商家的店庆都能够给消费者带来足够的实惠,为提振经济带来更大的助力,我们自然可以毫不迟疑地欢呼:让店庆风暴来得更猛烈些吧!

## 图片新闻

### 郑州移动 动力100集团客户羽毛球俱乐部揭牌



10月26日上午,郑州移动举行了“动力100集团客户羽毛球俱乐部”揭牌仪式。郑州移动党委书记李莉、副总经理杨晓宇出席仪式。

据悉,目前郑州移动拥有VIP成员5万多人。仪式现场,李莉宣布郑州移动成立“动力100集团客户羽毛球俱乐部”,为集团客户提供一个沟通交流强身

健体的平台,并且将持续秉承“正德厚生,臻于至善”的服务理念,努力为集团客户提供贴心、便利的移动通信服务,努力创造更自由、更广阔的移动生活空间。

长期以来,郑州移动一直致力于信息化应用,开发推广了很多信息化应用项目,提升了企业信息化应用的支持与服务能力。目前,郑州移动公司的集团信息化服务在政府、公安、电力、金融、教育、商业、工业企业等各个领域已经展现出良好的应用效果和发展前景,充分展示了移动信息技术应用在我市信息化建设方面的成就,显示了作为“移动信息专家”的能力和实力。

揭牌仪式之前,郑州移动还举行了“全球通”杯第二届羽毛球公开赛颁奖仪式。

本报记者 赵羲 文 宋笑琳 图

### 世纪联华 领跑河南零售业



业新高,成为郑州的利税大户。世纪联华能够领跑中原商业的秘诀就是感恩消费者,“厚待”消费者。据悉,世纪联华每年通过各种活动送给市民的商品仅价值量就超过了500万元,商品包括米、面、油、自行车、电动车及家电用品等。

世纪联华营销总监任琳表示,虽然受到全球金融危机的影响,但世纪联华有充足资金,在河南的扩张计划没有改变,“今明年会再开一到两家新店。”

赵佳 文/图

## 消费资讯

### 绿色中原现代农业集团再受表彰

10月28日下午,全市民营企业表彰大会上,绿色中原现代农业集团作为国家级农业产业化经营重点龙头企业、河南省优秀农业产业化经营重点龙头企业再次榜上有名,董事长宋丰强荣获“郑州市优秀民营企业家”荣誉称号。

谈起这次获奖的感受,宋丰强说:“政府的支持和鼓励是我们民营企业发展的最大动力,今年以来,为应对金融危机的影响,从中央到省、市都制定了鼓励、支持民营经济发展的政策措施,我们也紧紧围绕‘在危机面前,不等、不靠、不抱怨,以积极有为的态度,根据企业自身特点,主动出击找出路,增强应对策略的针对性、实效性和操作性’的战略方针,加大自主创新力度,积极开展原始创新、集成创新和引进消化吸收再创新,集中力量在管理面上规模、上档次、上水平,逢山开道、遇水搭桥,2009年前9个月,企业的从业人员比去年同期增长了21%,实现了社会效益和经济效益的双赢局面。”

绿色中原现代农业集团是一家集种、养、加、科、工、贸为一体,一、二、三产业良性互动,呈多元化发展格局的大型综合企业集团。成立7年来,已发展成为在全省具有较高知名度的现代农业示范园区和生态旅游观光中心及大型会议培训基地。据悉,到目前为止,该集团通过各种形式共培训农民和农业科技人员15000多人,转移农村剩余劳动力近1400人。有效地带动上万亩农户增加收入,逐步走上富裕之路,去年曾荣获“河南省高成长民营企业家”。

陈建英

### 照明节能总动员活动点亮绿色之光

10月24日,在河南省节能监测中心的大力支持下,飞利浦全国节能总动员活动在郑州隆重开幕。这项由政府与飞利浦集团联手策划推动的主题为“光,点亮灵感;绿,触手可及”的活动,主要由社区活动和节能知识竞赛两大部分组成,共设有两个活动场地。

活动当日,河南省节能监测中心主任程百军、河南省资源综合利用与节能协会秘书长李宏鑫和河南省照明学会理事秘书长于冰先后出席了设立在中环百货正门广场的绿色节能小屋体验及节能知识竞赛活动的开幕式和决赛现场;开幕式后,程百军主任和李宏鑫秘书长还与飞利浦照明高级经理许建忠等一同来到供销社社区,走入普通居民家中,为他们将白炽灯换为节能灯,以实际行动来号召更多市民和家庭加入到这一场“绿色转换”的时代潮流中。

对于本次活动的意义,飞利浦照明高级经理许建忠表示,作为负责任的领导型企业,飞利浦近年来一直通过创新科技创造出节能高效的绿色照明产品,积极地履行企业的社会责任,配合政府部门“推动节能减排战略的实施。推出这项名为Ecohome的全国性活动,主要就是配合近年来政府一直推广的节能环保理念,响应政府的号召,倡导消费者节能从点滴做起,早日进入绿色的新生活。”

赵佳

## 葡萄酒鉴赏

“冰酒”到底是什么?市场上层出不穷的伪冰酒使消费者对这个概念产生了混淆。在9月末的首届冰酒节上,辽宁省桓仁县与辽宁省张裕黄金冰谷酒庄签订了关于“桓仁冰酒”的《地理标志产品标识授权使用协议》,标志着中国首个冰酒原产地标识正式启用。有关专家指出,这意味着一场冰酒即冰葡萄酒的正当清源战开始,对于抑制冰酒市场上的“傍名牌”现象将起到积极作用。

调查超市和商场可以发现,目前市上冰酒品种繁多,基本上采用的都是350ml或500ml的包装,价格则从几十元到几百元不等。除了冰葡萄酒之外,另有打着冰酒旗号的“30度冰酒”、“荔枝冰酒”、“蓝莓冰酒”等新酒种。据介绍,这

## 冰酒遭遇“傍名牌”之后

些所谓的新酒种其实都是果露酒,原价格在几十元左右,一旦冠上了冰酒的名字,价格就能翻倍。

事实上,冰酒即冰葡萄酒,是一种用经历自然冰冻过程的葡萄所酿制的高档甜型葡萄酒。由于对地理及气候条件的要求非常苛刻,全世界只有奥地利、德国、加拿大、中国等少数几个国家的特定地点能够生产,因此非常珍稀,全球每三万瓶葡萄酒中才有一瓶冰酒,市场价格往往在每瓶200元以上,在西方被称为“液体黄金”。随着地处桓仁县的张裕黄金冰谷酒庄的热销,冰酒知名度逐渐提升,于是,市场上各类低质“山寨”冰酒跟风而至。

为此,国家启用了原产地保护制度,以改善目前市场上冰酒被严

重“傍名牌”的局面。国家质量监督检验检疫总局发布《关于批准对桓仁冰酒实施地理标志产品保护的通告》,明确规定桓仁冰酒的地域保护范围仅为桓仁县北甸子乡现辖行政区域,葡萄品种必须是威代尔,而且必须在-8℃的气温下稳定超过6小时之后采收等。

桓仁冰酒原产地保护区的核心地带在桓龙湖畔的“黄金冰谷”。“黄金冰谷”之所以得名,是因为这里具备在全球范围内罕见的冰葡萄生长所需的各种理想因素:北纬41度、海拔380米,依山傍水而形成独特的小气候区域,使冬季寒冷但不干燥,而且每个冬季都能达到零下8℃并持续24小时以上的自然低温,确保每年都有冰酒出产。

作为受保护范围内最大的冰

酒生产企业,张裕黄金冰谷酒庄率先获得了原产地标志的使用权,也是唯一一个拥有该原产地标志使用权的企业。据了解,该酒庄拥有5000亩威代尔冰葡萄种植面积,是全球最大的单体冰葡萄种植园,每年1000吨的产能使全球冰酒总产量增加一倍。

然而,专家也指出,由于我国的酒类国家标准中并没有明确定义“冰酒”概念,虽然启用冰酒原产地保护,但只能保护“桓仁冰酒”产地品牌,要完全清除市场上的“山寨”冰酒还存在一定困难。目前相关产地与企业在需要加大对冰酒的宣传与推广,让消费者知道什么是真正的冰酒,将有助其免受误导,保护自身消费权益。

王见宾