



6月9日,作为家居流通业唯一参加上海世博会的代表,红星美凯龙在世博园区精彩上演了“中国、生态、艺术”的低碳公益生活秀,正式拉开了红星美凯龙世博企业日活动的帷幕。

中国民企馆内以“天地人和”为设计理念的红星美凯龙世博艺术生活空间别具一格,而位于红星美凯龙真北商场的“未来之家”则通过未来家居体验空间,精彩展示了人类50年后及500年后的未来生活模式。

上海世博会以创新和融合为主旨,探讨人类与城市生活。红星美凯龙世博艺术

生活空间紧密贴合这一主旨,尝试将中国文化的精神、艺术生活空间、环保及自然的元素有机地融入家居生活。

位于上海真北路红星美凯龙环球家居设计博览中心的“未来之家”更堪称是红星美凯龙为迎接世博做的最出众的一项工作。“未来之家”集合了日本爱知世博会的科技亮点,将人类未来的家居生活展现在人们的眼前。

从世博艺术空间到“未来之家”,所蕴含的是红星美凯龙为中国家庭缔造更美好生活生活的理想和愿景。



消费新规改变生活

本报记者 赵羲

6月以来,许多新规定的实施正在悄无声息地改变我们的生活。

对于空调在短期内是否会涨价,业内人士表示,由于新产品的能效比旧产品高,生产成本也在上涨,所以空调价格上涨势在必行,补贴减少本身就意味着价格要上涨。受这一论调和高温天气的影响,目前郑州的空调销售市场极为火爆,有厂商预计这种情况将一直持续到6月底。

从本月1日起,国家质检总局颁布的《食品添加剂生产监督管理规定》正式实施,根据新规,所有食品添加剂成分,必须要在包装上毫无保留地进行明示。如此规定,让一直隐身于“防腐剂”、“增稠剂”等笼统说法背后的各种添加剂浮出水面。记者看到,超市柜台上的不少食品新包装上标明动辄五六种、甚至是10种以上的添加剂,让人有点紧张。不过相关专家表示,如果生产企业严格按照食品安全标准中规定的食品添加剂品种、使用范围和用量进行添加,消费者可放心食用。

根据2009年10月1日起实施的《化妆品通用标签》规定,从今年6月17日起,所有在中国境内生产并销售或进口报检销售的化妆品,均需在产品包装上真实地标注配方中全部成分的名称,但6月17日前生产或者进口的产品还可继续销售直到保质期结束。

据记者观察,目前市场上的化妆品绝大部分尚未注明全部成分。有专家指出,这一规定完全贯彻需要一到两年,新规将造成什么影响尚需观察。

此外,近日从国家标准化委员会“国家标准计划查询系统”传出消息,“粽子国标”已进入文本批准阶段,明年端午节前将推出。“粽子国标”主要从原料、工艺、卫生等方面分品种进行定向考虑,制定了一定的控制标准。不知粽子的新标准是不是和“馒头国标”类似,但不管怎样,明年这个时候也许我们就可以吃上“国际粽子”啦。



《房间空气调节器能效限定值及能效等级》强制性国家标准6月1日正式实施,空调能效等级从以前的五个等级变为三个等级,其中一级表示能效最高,二级表示评价空调产品是否节能的最低要求,三级表示产品达到市场准入的门槛。与该《标准》同一天实施的,还有财政部和国家发改委共同出台的《关于调整高效节能空调推广财政补贴政策的通知》,按照这一《通知》,二级能效空调将失去节能补贴资格。

此前,业内预计,这两个规定一旦实施,将对空调市场产生巨大冲击。近日,记者走访郑州市几个大型家电卖场发现,空调价格与上月相比并没大幅上涨,基本平稳。据志高、美的、海尔等家电销售人员介绍,“目前企业已全部停止原3级能效变频空调的生产,未来企业将集中力量投入高效变频空调的生产,今年变频空调将逐步普及”。

据了解,今年空调厂家主打的产品有一个非常显著的特点就是“低碳”,这一概念也引起了众多顾客的兴趣。此外,随着人们对空调舒适度要求的提高,绿色、健康等元素已成为人们挑选空调的重要参考标准。

日前,记者走访郑州市几个大型家电卖场发现,空调价格与上月相比并没大幅上涨,基本平稳。据志高、美的、海尔等家电销售人员介绍,“目前企业已全部停止原3级能效变频空调的生产,未来企业将集中力量投入高效变频空调的生产,今年变频空调将逐步普及”。

新玛特郑州总店升级2010营销战

本报记者 赵羲

这个6月,随着卡骆驰世界杯新品展销大型路演、奥迪之夜等一系列营销方案不断被成功实施,新玛特郑州总店创新而高明的营销手法再次获得了业内外的高度关注。6月14日起,九牧王男装主题营销活动的首站活动在新玛特郑州总店正式开

启。这是新玛特总店一个多月来举行的第三场单品品牌深度营销。业内人士评论称,如果说2009年新玛特郑州总店卷起的是一股跨界界的营销飓风,那么今年6月,新玛特郑州总店所为就是对之前营销理念的一次完美升级。

6月11日晚,奥迪之夜在新玛特郑州总店华美地拉开帷幕,红酒+鲜花+美女+香车+小提琴,众多美好的元素齐齐汇聚,整场活动无处不在流淌着尊贵感。

今年的奥迪之夜,新玛特郑州总店从策划之初,就运用了成熟、完善的营销思路,除了携手知名银行、名车外,更携手房企、店内优质品牌等优势资源,完美升级营销方案,将深度精准营销的精髓体现得淋漓尽致,为精选客户奉上一道饕餮盛宴。

数据显示,奥迪之夜当晚,新玛特郑州总店的交易量达到近600万元,也就是说,平均每一分钟就有近两万元成交额。这一成绩,在业内确实骄人。

6月14日起,九牧王男装主题

营销活动的首站活动在新玛特郑州总店正式开启。这是新玛特总店一个多月来举行的第三场单品品牌深度营销。

当天下午,现场人潮涌动,为抵抗高温天气,九牧王还举行了万瓶矿泉水免费送活动。尽管当天最高气温达到了36度,但是,销售并未受到影响。由于消费者购买踊跃,本来商场晚上九点半就已经关门,但为满足消费者需要,外广场的单品特卖活动,一直会延续到晚上十点半。

九牧王股份有限公司郑州分公司总经理高冰国表示:“此次九牧王携手新玛特郑州总店的活动,从规模和力度来看都是空前的。我们希望通过这种单品品牌互动营销方式拉近我们与消费者的

距离,让更多消费者享受到九牧王带来的高品质着装体验。同时,此次活动也可以把九牧王男装的品牌文化内涵更直观更形象地传递给消费者。”

新玛特郑州总店副总经理李敏表示:“与去年的活动相比,今年,新玛特郑州总店进行了营销战略的完善与升级,工作重点围绕互动营销、深度营销、金字塔营销开展。”他解释说,当营销工作的着力点是一个面的时候,固然能够收获眼球效应,但是只有着力点真正地变成一个点,这种营销才能发挥最大效力。今年的整个6月,新玛特郑州总店举行了多次营销,都是精选合作伙伴,目标与执行方法同样明晰,才能收获如此效果。

商企动态

商家掘金“世界杯”

世界杯比赛进行得热火朝天,国内商家也纷纷行动起来,摩拳擦掌地瓜分“世界杯球迷经济蛋糕”。记者了解到,凡是与“世界杯”沾边的相关消费近来都“火”得很,诸如啤酒、电视机等领域的精明商家们早已先声夺人,纷纷围绕世界杯概念做起文章,别出心裁地搞起促销活动,抢占4年一遇的“世界杯经济”商机。

近日,啤酒商家纷纷加大了广告投放和促销力度,抢占世界杯商机的市场氛围愈来愈明显。据某知名大型连锁超市的有关负责人

介绍,近期到超市成箱搬啤酒、饮料的顾客明显多了起来,而与此同时,啤酒厂家的促销也相应增多,从上周末以来,啤酒销量已开始呈现节节上升的趋势。

随着南非世界杯的正式开战,大尺寸液晶电视市场在淡季掀起一股销售热潮,销售量平均提高一倍左右,各大家电卖场也应及时打出“促销牌”。

记者在市区几家大卖场看到,众多家用电器里,卖得最红火的当属液晶电视。而市民在挑选液晶电视时,46到55英寸的大

尺寸平板和LED液晶电视是新一轮受欢迎的电视机类型。

销售人员表示,随着技术的日益成熟,大尺寸平板和LED液晶电视的价格一直呈下降趋势,以46英寸LED液晶电视为例,刚刚上市时价格高达2万多元,如今只需1万元左右,降幅超过50%,与普通电视价格差距越来越小,消费者尤其是喜欢新奇事物的年轻消费者普遍能够接受。随着世界杯的开始,卖场近期每天大尺寸平板和LED液晶电视的销售量比平时提高一倍左右。

李雯

名酒江湖

追寻酒人踪迹
瞩目酒市风云

沸腾的红酒

今春以来,红酒开店成了一个明显的趋势,不只在业内热闹,而且社会层面许多人都有感触。

这个过程中,表现出许多鲜明的特点来。具体表现在:过去以经营国内白酒为主的运营商开始关注红酒,世嘉酒业接纳了一款澳大利亚的红酒品牌,并且为之建成了会所式服务机构;河南省副食品有限公司引进了南非葡萄酒;我所熟悉的一位经营国窖1573的朋友,放弃了白酒,开始在网上购物的方式直销红酒。

另一个特点不容忽视,所有这些经销商、运营商中,经销国内红酒的寥寥无几,在省座城市一向活跃的波尔多酒庄、海纳酒庄、堡隆酒庄、法国枫桐酒庄、拉菲酒庄、北京德龙宝真(河南办事处),不约而同地选择了国外的红酒品牌。

如何看待国外红酒?如何看待这个群起蜂拥的热度?与白酒相比,红酒似乎与温馨、缠绵、浪漫有更天然关联,对于温饱之后的中国人来说这是一种心理期许,更是一种生活方式的召唤。不过,如果反过来说,从出身上来看,中国的白酒更应该看作是一种精神产品,而国外的红酒则应看作是一种物质产品——没有开水的年代,疾病和一些不良生活习惯夺去了大量的生命,从而催生了人们在苦思冥想中寻求一种健康的替代品,这就形成了红酒的先天气质。因此,当许多通过影视中看到那些外国人的生命习惯中这个不可或缺的东西惊呼奢侈时,其实大可不必,当年一些作战的队伍甚至还随身携带着压榨机,又做何解释呢?

红酒登陆并且兴盛,与日益丰满的口袋和对健康的追求有最直接的关系,但也不能不说,这里还裹挟着一些相对复杂的心理。商人有西风东渐的骄傲,好像是引入圣火的普罗米修斯,再实际些,从利润上讲,许多人认可这是一块值得进入的领地。除却一些价值相符的品酒外,我们也在不少媒体上读到过,某些人利用红酒知识普及尚处于蒙昧状态的阶段,把国外的一般酒水运来装箱,以次充优牟取利益。现在,不少酒庄酒窖在标明进口途径时,刻意把过去曾经的“原装进口”改为“原瓶进口”,意在表明消费者所饮酒品的可靠性。

这一轮波动,相对于国内红酒来说,营销手段的出新出奇颇值得思考,不久前与拉菲酒庄总经理潘国辉谈起,说某个国外红酒品牌在去年颇为低调地就完成了57亿元的销售收入,从理念树立到队伍培养,都是一种值得研究的案例。红酒在沸腾,我们的心却不能沸腾。

王见宾

行情速递

中陆食品城商机无限赢得热销

“把握地段,看准商机”,近段时间,进驻郑州中陆食品商贸城的泉州商人张金环不断地对朋友或亲人们说起这句话,他对自己的选择充满信心。

郑州中陆食品商贸新城位于京广南路的中陆广场上,受航海路华中食品城拆迁改造的影响,近期这里成了闹市。相对原有的食品城而言,这里的交通、物流更加便利,而且已与周边的洗化城、电玩城等形成一个巨大的商业集群。据该商贸城招商负责人王大生介绍,目前所有商铺招商工作已经完成,上千家商户正在进行紧张的装修与搬迁工作,预计该商贸城将于6月19日开业。

屈媛媛

金钱豹大酒店入驻郑州半年献礼

金钱豹大酒店已入驻郑州半年,作为国际知名的餐饮巨头,从国内菜系到国际风味的整合,金钱豹郑州店实现了中原自助餐的全新崛起。

近日,金钱豹金灿婚礼体验日揭开面纱。体验活动中,除全程观赏爱情洋溢的婚礼秀外,还可免费品尝1388元/桌的佳偶天成宴,目睹时尚雅致的婚礼秀以及别具一格的上菜秀,实实在在回馈给佳人们一份厚礼。

赵佳

走进宋河 解密上海世博会河南省唯一指定用酒的传奇

且听方家说纷纭

6月13日,笔者就宋河问题访问刘建利先生。话题一扯开,仿佛老友重逢,有说不完的话……

建利先生是享受国务院特殊津贴的河南省优秀专家,毕业于辽宁大学微生物专业,又长期从事发酵工程专业。1985年,他承担了提高宋河粮液优质品率配套工艺的研究项目,历经三年,完成了“人工优质窖泥的培养”、“合理发酵周期的确定”、“回香醇发酵技术”等多方面的研究工作,对提高宋河粮液酒的质量和优质酒率发挥了重要作用,为宋河粮液在全国第五届评酒会上获得金奖奠定了重要的基础。

从技术角度,他认为今天的宋河正在步入一条稳健发展的轨道。他从三个方面解读了今天的宋河。

首先,恢复原酒生产,改进提高生产工艺。如今,宋河开足了130个工作班,满负荷作业。目前已经发展成芝麻香、小曲香等4种工艺,目前所知,宋河原酒中富含450多种香气成分。

其次,加大原酒储存,购置了万吨储酒罐。原酒储存到一定时间,才能使香气成分自然生成,增加酒分子和香气分子的结合度,形成“度高而软、口感绵软”的效果,这个过程不能偷懒,不能省略,宋河这几年做得非常好,2008年宋河新增万吨储酒罐,有关领导曾表示,不到时间,绝对不动用。

另外,宋河在20多年前形成的酒业研究所,名符其实。多年来一直发挥着攻坚克难的技术先锋作用,该所培养的人工老窖香泥以及酯化液的生产应用,都在业内形成了示范作用……

高丽艳