



本报讯 6月20日,第九届中部糖酒商品交易会暨首届中部进口酒展在漯河市闭幕。经过各方共同努力,本届交易会成为盛况空前的一次糖酒会,取得了丰硕成果,而第一次以进口葡萄酒商集体参展的河南堡隆国际酒业,因为“高雅中的高调”形象展示,备受中外客商青睐。

整个展会期间,造型独特的堡隆国际酒业的展位上,人潮涌动,来加盟代理的客商络绎不绝。河南堡隆国际酒业董事长黄俊勇告诉媒体采访团,展会期间,堡隆国际酒业签约的代理商及加盟商不仅仅局限省内区域,这充分体现了堡隆国际酒业的品牌价值。

在本次糖酒会参展结束后,来自广东的粤港澳的招商联盟核心成员20多位代表,专程来到堡隆国际酒窖进行业务交流,对于堡隆国际酒窖在河南取得的发展成就,表示了充分肯定,并就进一步深度合作达成共识。堡隆国际酒业在本糖酒会上的精彩亮相,也展示了河南进口酒商的专业形象。在展会上,堡隆国际酒业顺利签约了在法国仅次于拉菲的白马庄园系列葡萄酒成为河南的总代理;德国第一葡萄酒品牌蓝仙姑、法国顶级葡萄酒贵腐酒、澳大利亚澳洲葡萄酒也纷纷落户堡隆国际酒窖。(徐同先)



2010年郑州商业年中回顾之一

商圈再造 蓄势待发

本报记者 赵巍

6月只剩不到一周,2010年的上半年即将在暑热中过去。于郑州商业而言,这半年似乎过得平淡无奇,然而其中许多现象仍值得关注:价格战难觅踪影,品牌战暗流涌动;尾货市场进军老牌商圈,引来关注无数;社区商业一日千里,扩张战火

不再局限于几大商圈;而其中最劲爆的新闻,当属二七商圈、碧沙岗商圈等老商圈的升级再造运动。专家指出,郑州是国务院确定的3个商贸中心试点城市之一,商圈再造正是郑州走向商贸中心城市的必经之路。

二七商圈 稳定核心地位

今年4月,二七商业中心区城市设计规划通过专家评审。这一消息的出炉,成了商圈再造运动的导火线。根据规划,未来的二七商业中心将实现功能定位、商业业态、交通系统和环境形象的四大提升,并将努力打造成为中部第一商圈、中国著名的商业中心。根据规划,二七广场商业中心区将引资新建11个大型商业项目,目前一些大型项目已经入驻,比如华润万象城项目占地103亩,总投资40亿元;恒隆广场项目占地82亩,总投资40亿元;百年德化二期项目占地32.4亩,总投资15亿~20亿元;郑州

时代中心项目占地82.8亩,总投资31.6亿元;鸿森广场,预计总投资额193.4亿元,新建总面积达到198.21万平方米……二七商圈位于郑州老城市的中心,也一直是商业的中心,向南是德化步行街——郑州百年老街,向西是北京华联、大商金博大、百盛、大上海城和丹尼斯等一些现代化的购物中心、大型购物中心聚集。顺延二七商圈的扩展,形成了火车站的批发业商圈以及以百货商店为主要零售业态的紫荆山商圈和花园路商圈。这种天然优势使其地位简直不可动摇。虽然关于商圈的争论一直众说纷纭,但可以看到的是,二七商圈的核心地位一直岿然不动,目前其辐射范围在朝

更宽广的趋势发展。

西区商业 即将升级再造

近日,“18个超亿元商业项目入驻西区”的消息再次引起轰动,商圈再造运动成为上半年郑州商业的主流。据悉,这18个项目包括,万达广场、宝龙城市广场、锦艺华都、锦艺国际经纶园、中原文化广场、大中原果品物流港、中原汽配大世界、中原新城等等。可以看到,在西区商业的改造中,地产大鳄再次成为重要推手,而且投资额巨大。比如中原万达广场,投资50亿元;宝龙项目,投资30亿元;锦艺华都项目,

总投资70亿元;锦艺国际经纶园,投资50亿元;中原文化广场,投资12亿元……与此同时,碧沙岗商圈的升级工作也在紧锣密鼓地进行。据悉,2011年,扩建完工的碧沙岗商圈面积将达到50万平方米,商业面积会达到20万平方米,仅次于二七商圈。西区商业复兴指日可待。目前,由地产商、商业企业以及政府部门联手导演的商圈再造运动在郑州如火如荼的上演着,郑东商圈、花园路商圈、紫荆商圈、大学路商圈等新鲜血液也在政府和商企的联手推动下日趋完善。可以说,郑州商业上半年的沉稳更像是蓄势待发,一个更快发展的时代即将到来。



栏目记者 赵巍

商场风行混搭高端超市

新闻:据《服装时报》报道,今年在杭州,商场混搭高端超市的做法逐渐风行。近日,杭州联华华商集团有限公司的一则招聘启事引起杭州百货业的骚动。世纪联华要开高端超市的消息终于板上钉钉,今年世纪联华将进军高端市场,首家精品超市“都市生活”杭州定安路店将于8月开业。与此同时,银泰方面也证实,银泰西湖店和世纪联华“强强联合”,这家高端超市将在银泰西湖店地下一层开业,营业面积在3800平方米左右。此前,杭州大厦生活超市、华润e+高端超市已经相继开业。观点:现在的零售商都希望制定新的游戏规则,从而在竞争中抢先一步。如今的商场不仅要顾客在里面购物,还希望他们在商场里面逛超市、看电影、吃晚餐、做美容、买书……高端生活超市和普通超市的差别,不仅仅体现在大量的进口商品上,高端超市还力图营造一种人们向往的城市生活氛围。与此同时,相对普通超市更高的利润率也是商场混搭高端超市的原因之一。

消费者更倾向打折优惠

新闻:据《深圳特区报》报道,据调查,“价格便宜”、“常有促销活动”等指标不再占据消费者购买的主要因素,相反,购物返券、购物抽奖分别成为消费者最为反感的商家促销方式,有72.2%的消费者更倾向于直接打折优惠。观点:业内人士分析指出,这反映出频繁简单的折扣返券已经对顾客价值感知的作用越来越弱,消费心理越来越麻木疲惫,动辄依靠折扣返券促销的深圳商家大打“价格战”已不再吃香。可以看到,上半年,郑州商场的价格战已经不再风行,更深层次的竞争成为主流,对消费者而言,这也称得上好消息。

新玛特郑州总店 “宝马之夜”即将登场

本报记者 赵巍

6月23日,新玛特郑州总店召开新闻发布会宣布,“宝马之夜”将于6月30日登场亮相。携手豪车品牌,打造高端消费夜,对于新玛特郑州总店来说,营销手法已经非常纯熟。记者打探到,继成功举办奔驰之夜、奥迪之夜后,此次宝马之夜,将成为今年新玛特郑州总店携手豪车品牌的收官之战。

新闻发布会上,新玛特郑州总店副总经理李敏透露,与前两次相比,总店当晚将有四分之一的品牌参与促销优惠,同时,针对某些重点品牌,比如杰克琼斯,会将促销优惠针对受邀贵宾延长成为“品牌推广周”。记者了解到,奔驰之夜、奥迪之夜时,出于谨慎的预计,新玛特郑州总店严控品牌数量,只精选了十分之一的品牌进行促销,但是,许多到店贵宾表示,参与品牌回馈力度那么大,这些品牌远远不能满足需求,

同时,总店的其他经销商也希望能够亮相在这样的豪车盛典上。鉴于多方的强烈要求,在考虑到收官之战的规模之后,新玛特总店将参与品牌从十分之一扩展至四分之一。新闻发布会上,李敏还抛出一个重磅炸弹:宝马之夜,将有几款价值超过千万元的珠宝类奢侈品亮相。这几款单品无论是品牌还是品质,都极为上乘,是省内罕见的精品。记者手上的资料显示,截至目前,河南省内鲜见千万元以上单价的商品,甚至连几百

万元单价的商品也不多见,河南的许多有品位的人士无奈之下,只好到上海、广州、北京或国外选购。此次将有几款价值超过千万、直逼两千万的奢侈品亮相,确实足够震撼,也将为河南的奢侈品市场带来一股清风。新闻发布会上传来的消息中,与千万元奢侈品即将亮相同样震撼的,还有购物即有可能获取宝马的驾驶权这一活动。记者打探到,与以往不同,此次,经过精心的策划,新玛特郑州总店携手中国银行、宝马品牌、鑫苑地产、皇宮大酒店等强大的合作伙伴,整合共同的优势资源,为当晚购物的贵宾提供了数位宝马,涵盖1系、3系,乃至价值200多万元的7系宝马。换句话说,此次,新玛特郑州总店,将用宝马来“砸”向到场贵宾。对此,李敏表示,今年以来,新玛特郑州总店的金字塔式营销在实践中确实获得了实捧,也让各合作伙伴收获了实实在在的收益,此次,玩转“塔尖”营销的同时,郑州总店依旧是将到场贵宾的客户看得非常重要,回馈力度自然空前。

大商集团郑州地区集团第二届职工运动会举行

6月18日上午,大商集团郑州地区集团第二届职工运动会开幕。大商郑州地区集团总裁皇甫立志、党委书记张根湘、各门店负责人以及上千名员工参加了此次运动会。在入场仪式上,新玛特金博大店、新玛特郑州总店、紫荆山百货、正弘名店、大商超市总公司一队、大商超市总公司二队、许昌新玛特、开封于盛等代表队各出心裁,用各店特色的风格展示了团队面貌。此次运动会上,郑州地区集团店铺共有780名运动员参加22个单项、10个集体项目的角逐,其中新玛特金博大店80名运动员参加30个运动项目。比赛中金博大店运动员奋勇争先,取得了优异的成绩,同时也取得了团体总分第一的优异成绩,其中获得一等奖运动项目5名;获得二等奖运动项目20名;获得三等奖运动项目12名。本次比赛设有足球、田径以及趣味比赛等项目。

比赛历时9个小时,环节紧凑。尽管当天气温很高,但参赛选手都尽情释放激情享受运动乐趣,场上始终呐喊助威声不断,给场上的运动员加油打气,当有选手在场上体力减弱时,也会有人跟上去送水、加油等,让每一位选手能够坚持完成比赛。而下午的拔河、车轮滚滚、跳大绳等集体项目更使大商员工疯狂了一把,加油声、尖叫声、欢呼声都响彻整个体育场。 耿国振



热点聚焦

“解百纳”案敲响终审法槌

有关“解百纳”知识产权一案的二审结果,最近由北京市高级人民法院下达行政判决。长达16页逾万字的判决书,驳回了原告中粮长城等企业“撤销一审判决,认定解百纳商标属不当注册”的上诉请求,100元的案件受理费,由原告方三企业共同负担。知识产权案里,“解百纳”一案可谓旷日持久,这里简略地回放一下这个事情的过程:2001年5月8日,张裕公司提出“解百纳”商标(简称争议商标)注册申请,于2002年4月14日获准注册。争议商标被核准后,中粮酒业公司、王朝公司、长城公司和山东威龙集团公司分别向国家商标评审委员会(简称商评委)提出撤销争议商标注册的申请。2008年5月26日,商评委做出裁定,对争议商标予以维持。中粮方面随即向北京市第一中级人民法院提起诉讼。然而结果并未达到原告企望,原告再向北京市高级人民法院提起上诉。这个案件之所以在业界引起喧哗,以关键词汇表现来说,一是品牌与品系之争,二是涉嫌是否垄断经营。解百纳究竟是一种葡萄酒品种,还是一个有独立知识产权的专用品牌?一旦“解百纳”商标判归张裕,是否导致一些葡萄酒厂陷入困境,损害公共利益。有意无意间,这个争议的过程形成了一个巨大的漩涡,双方各有拥趸,各抒己见,支持者来自法律、酿酒、社会学、企业、运营商、国际盟友……参与者之多,波及面之广,前所未有。由起初商评委的裁定可知,“解百纳”不是某一种葡萄酒的通用名称,不是商品的主要原料。而且从市场反馈看,所有标有“解百纳”字样葡萄酒的总销量(含张裕及其他厂家)占全国葡萄酒总销量的比例不超过4%,即使完全归单一品牌所占,也不足以构成行业垄断,所谓“解百纳垄断市场”,导致一些厂商陷入困境的说法,也有些失据。严肃而权威的法律面前,人人平等。终审判决上,商评委此前就解百纳商标争议做出的裁定被认为合法。但由于双方当事人均提交了大量新证据,法院要求商评委基于此重新裁定——至少,在商评委对解百纳商标争议做出重新裁定之前,张裕仍然拥有解百纳商标的专用权。

王见宾



行情速递

徽酒文王贡抢抓中原商机

本报讯 6月19日上午,郑州市白酒淡季营销高峰论坛暨安徽文王酒业集团品鉴会隆重举行,郑州市人大、政协的领导同志,营销专家郑庆亭,郑州市酒类行业协会秘书长薛忠喜,文王集团董事长刘素敏及市酒协会会员代表等300多人参加了会议。在与会专家对白酒淡季营销进行了专题辅导后,安徽文王集团董事长、曾荣膺“中国十大杰出母亲”称号的刘素敏向与会嘉宾致辞。刘素敏向来宾介绍了文王集团的发展历史、文王贡酒的由来、文王贡酒的品质、企业的经营理念和未来发展方向,受到了参会嘉宾的热烈欢迎。当介绍到国际酿酒大师赖高准到厂参观后,亲笔题词“文王贡酒,徽酒典范”时,会场掌声四起,大师的褒奖说出了与会者的心声。品鉴会上不乏品酒高手。某白酒代理商在品尝了文王贡酒之后,忍不住的连声说好酒、好酒,说文王贡酒老酒成分比较多,自酿的味道浓厚,喝起来醇和、绵柔、爽口,酒质可与五粮液相媲美。更多的本土经销商也是信心满怀,他们对河南市场充满信心,对文王酒业充满信心,尤其对文王贡酒的品质,更是信心十足。他们表示:凭着文王贡酒过硬的酒质和企业诚信经营理念,在厂商的共同努力下,文王贡酒定会在河南市场一枝独秀,文王美酒醉中原指日可待。

(屈媛媛)



小常识

滚筒洗衣机更省水

波轮式、滚筒式和搅拌式洗衣机究竟哪种更为节水?这是不少市民在选购洗衣机时都会重点考虑的问题。节水专家指出,同传统的搅拌式与波轮式洗衣机相比,滚筒式洗衣机虽然洗涤时间较长,价格较高,但其耗水量最低。专家指出,滚筒式洗衣机靠机器转动来揉衣物,是摔打式洗衣,用水较少;而波轮式洗衣机是靠水的浮力把衣服泡起来,再依靠波轮转动来搅动衣物,用水会较多。以洗涤5公斤的衣物为例,普通滚筒洗衣机每次需要注水15~18升,一个洗涤周期需要用水约为75~90升;普通波轮洗衣机每次注水需要50升,一个洗涤周期用水约为120~150升。其次,脱水转速高的洗衣机更节水。以洗涤容量5公斤的滚筒式洗衣机为例,转速为1200转/分的,用水量为44升;转速为1000转/分的,用水量为52升;转速为800转/分的,用水量则接近60升。