2010年12月10日 星期五 统筹 赵顺利 编辑 周 娟 校对 宋院红

ZHENGZHOU DAILY BUSINESS

新玛特郑州总店

畅享"男士风尚周"

本报讯圣诞节临近,各个商家都在启 动又一轮营销活动。本周末,从12月10日 到12日期间,新玛特郑州总店将推出一系 列促销活动,预热圣诞节。

据了解,在新玛特郑州总店推出的本 次活动中,主题活动以"冬装低至七折"为 主打,再搭配其他大力度的促销活动。业 种活动中重点以男士服装业种为主,并推 出主题为"男士风尚周"的主打活动。随

着社会经济和商务模式的发展转变,男士 的穿衣风格与习惯也在变化。对于成功 男士而言,要正式也要随意,要庄重更要 舒适,要品位更要洒脱,新玛特郑州总店 也在男装领域下足了工夫,通过不断的调 整与进步,已经成长为在男装品牌上拥有 优势的百货商场。

在"男士风尚周"中,新玛特郑州总店 提出了众多概念,比方说以男装、名品、男

鞋、男包、饰品等品类为主的"精品男人" 消费系列,以化妆品、香水、名品、名表等 品类为主的"体面男人"消费系列,以及以 运动、户外等品类为主的"狂野男人"消费 系列,尽显男士消费的多面性,也给不同 需求的男士顾客提供了充足的消费空 间。这也将成为新玛特总店预热圣诞活 动的亮点之一。

鼎立中原 商都商情



五星电器

本报讯 12月8日,五星电器在郑州大学 新校区举办"情系灾区、爱心永续——五星电 器 2010 助学基金发放仪式",郑州大学 2009 届和2010届的17名受助学生参加了助学仪 式,河南五星电器总经理战卉和企划部部长

据悉,2009年,五星电器联合江苏慈善 总会出资200万元成立了"五星电器助学赈 灾慈善基金",用于帮助2009届和2010届的 200名四川灾区贫困大学生,目前,受资助的 200 名大学生已经全部落实, 五星电器将为 每位大学生提供1万元助学基金,分三年帮 助大学生完成学业,第一年资助5000元,第 二年资助3000元,第三年资助2000元。郑 大2009届的8名大学生今年是第二年接受

"五星电器助学赈灾慈善基金"主要帮 助来自四川、云南、贵州等受灾省份的新进 大学生。目前,河南区域2009届和2010届 的17名资助名额经过筛选后在郑州大学产

本报讯 12月8日,河南亿星国酒有限公 司在郑州市召开"亿星国酒公司茅台迎宾酒 总结表彰暨茅台葡萄酒财富招商大会"。茅 台集团葡萄酒公司总经理钟怀利、茅台习酒 销售公司河南省区经理王永松等厂家领导 及河南亿星实业集团公司董事长李士强、亿 星国酒公司董事长刘光辉及各经销商共200 多人参加了会议。

会议上,河南亿星集团董事长李士强热 情洋溢地介绍了公司的发展规划、品牌战 略、产品特点。茅台迎宾酒在全省18个地级 市无缝隙覆盖,2010年销售量实现500吨销

据悉,该公司于10月10日注册成立河 南亿星国酒有限公司,在河南成立100家亿 星名酒连锁专营店。同时在本次会议前亿 星国酒公司获得了2011年茅台葡萄酒(星级 系列)河南省总经销权。

(屈媛媛)



慈善基金资助大学生

黄岩将助学基金支票发放到学生们手中。

茅台葡萄酒钟情中原

售目标,受到表彰的经销商客户30多名。



持卡族年底忙换购

年终岁尾,不少人接到了来自各商家会 员卡年底积分清零的短信提醒。进入12月 份,一些持卡族为了避免浪费,不得不忙着 清理积分、刷卡购物。

年底积分能返利能兑物

前日,市民赵女士接到了一条来自一家 电器卖场的短信提醒,短信提醒她的会员卡 积分有17229分将于本月底到期,让她在有 效期内抓紧使用。赵女士接到短信后,拿着 会员卡和身份证来到这家电器卖场了解到, 她的会员卡积分可以兑换刀具、纸抽、保鲜 盒等礼品,也可以用积分当钱花。

提醒:别把积分当摆设

记者随机调查了10名市民,大家都表示 手里有几张各大商场、超市的会员卡,而对 于办卡后大家是否真正使用会员卡,有4名 市民表示"会员卡办了却一直没用",有3名 市民表示"用会员卡积过分,却没兑换过", 还有3名市民表示"用会员卡兑换过几次积

支招:巧用会员卡

既然花钱或是免费得到了一张会员积 分卡,大家就应该学会巧用卡里的积分,但 对于大多数持卡族来说,有会员卡并未享受 到真正实惠,而如何精打细算,把积分卡变 为几十元、几百元的钱,才是使用积分卡的 最高境界

最好选择在集中的时段为会员卡积分, 因为各大商场多在节假日、店庆周年日、会 员生日推出多倍积分的促销活动,所以大家 平时要多留意各大商场的促销活动,把想买 的东西攒着,等到多倍积分的时候集中消 费,这不仅是一个加速累积积分的好办法, 而且还赶上了商家的优惠幅度。

其次,想要得到更多的积分,持卡消费 者最好在购物的时候去一个固定的商场,去 超市就选择一家常去的超市作为固定去处。

最后,积分兑换不要太着急,积攒到一 定分数会得到更多的优惠券抵钱花,这就需 要了解自己会员卡的到期时间,在清零之前 将积分有效地兑换出去。 赵玲玲

蓄力 网店先行

本报记者 赵羲

圣诞节尚有半月,可气氛已很浓烈,大 大小小的圣诞树已经上了郑州各商场的柜 台,而火车站批发圣诞礼品、饰品的铺位更 是忙得不可开交,根本顾不上零星的"散 户"。记者了解到,目前各商场的圣诞促销 并没开启,而是在暗暗囤货蓄力,网上店铺 的价格大战却已是进入"肉搏",惨烈处不下

目前,郑州各大商场已提前布置、摆放 圣诞饰品,节日的味道日趋浓厚。在人民路 丹尼斯商场,记者看到挂满铃铛的圣诞树已 经摆上了各个柜台,店内圣诞气氛很是浓 烈。新玛特金博大店相关人士告诉记者,今 年该商场在布置圣诞气氛上下了不少工夫,

除了常规的海报和图片装饰,届时品牌也会 按照圣诞元素进行装扮,使整个商场的气氛 协调一致。业内人士王先生表示,圣诞节商 战已经成为百货业的常态,除了商品层面的 竞争,氛围的营造也是大家非常看重的,因 此各商场在氛围营造上都会花大心力、大价 钱,要耗费几十万元甚至上百万元。

据悉,郑州一些商场从11月就开始备 战圣诞了,除了策划新鲜的营销创意,还要 大力督促供货商备货。目前,新玛特郑州总 店正在进行"男士风尚周"的促销,该店人士 称,此时的营销就是为了预热圣诞,让节日 消费气氛更浓厚。

在一家商场营销部工作的小李表示,按

照领导要求,他要定期检查供货商的备货情 况,为即将到来的圣诞节销售做好充分准 备。据透露,郑州部分商家从下周就将开始 圣诞促销,一直延续到元旦。

一家商场的负责人表示,圣诞节是西方 国家最重要的节日之一,一些大品牌往往会 在这个时段打折,因此12月是真正意义上 的"名品打折季"。据悉,一些打算购置冬衣 的消费者已经开始提前到商场"探营",打算 为年底打折季准备购买清单。"圣诞节商场 都打折,买衣服肯定比平常划算,现在先看好等过节再去买。"家住紫荆山路的马小姐 很有心得,"而且到时候商场里肯定人可多, 试衣服都很麻烦,不如提前去看好,圣诞节

一到直接去买下就成了。"

与实体商铺暗暗蓄力不同,销售灵活 度更大的网店早就开始炒作圣诞节了。从 11月起,网上商家的打折潮便是一波接着 一波。现在,随便打开一些购物网站,如淘 宝网、易趣网、当当网、凡客网上商场等,里 面充满了各种各样的以圣诞为名目的打折 信息,更有许多网店推出了秒杀和团购活 动,显得热闹非凡。记者在淘宝网搜一下 圣诞树,居然搜出9万多个相关商品,而且 许多网店业绩非常不错,光圣诞树就卖出 了三四百个。

随着圣诞、元旦、春节的临近,冬日打折 季真的就要来了。

核心的大规划相结合,与城市运营深

度融合,树立起了项目的高度。同

时,"实景精装"的模式,让恒大产品

高性价比与民生地产战略深入人

心。因此,在极短的时间内,恒大地

产成为河南家喻户晓的"明星"。恒

大靓丽的业绩也引起了众多本土地

产企业的深思,据一位不愿透露姓名

的本土房企负责人讲:"我们专门开

了两次会议来探讨恒大(模式),确实

捧,也赢得了众多消费者的口碑。在

采访中,记者了解到,楼盘开发者是

否为具有雄厚实力的地产集团,地产

集团是否具有相当的行业美誉度,这

些问题已成为置业者在新政背景下

进行选择时所要衡量的重要因素之

【品质】豪宅样本提升人居价值

的促销活动,究竟该如何选择?什么

样的楼盘性价比最高? 什么样的物

业更能保值?新政下,购房者越来越

理性,也越来越"挑剔"。尽管如此,

恒大的项目依然是开一个,火一个

这背后,高品质、高附加值、开盘特价

是恒大制胜的三大法宝。

面对林林总总的楼盘,花样翻新

恒大的品牌和品质。

一。而众多恒大的准业主看重的是

恒大不仅赢得了本地房企的追

有很多值得我们学习的地方"

三盘热销近10亿



新闻:据报道,山西太原市迎泽区朝阳街地区是物 流、商贸、流动人口聚集区,每天因商业往来发生的矛 盾纠纷就有几十起。为了稳定服装城的经营秩序,近 日,有关部门在太原服装城集团及其所辖9大经济实体 分别设立了人民调解委员会。这是太原市首次在大型

栏目记者 赵羲

太原首次在大型商场

设立"调委会"

商场设立解决消费纠纷的调解组织。 视点:商场发生的纠纷按照调解程序,由客户代 表、工商管理人员和商场管理方组成调委会解决,而且 调解协议具有法律效力。这可是个新鲜事。

在郑州火车站商圈,因为商品、合同、租约引起的 纠纷也时常发生,许多当事人都不清楚该怎样解决自 已遇到的麻烦,假如也能够像太原一样设立一个人民 调解委员会,也许就会减少不少争端,能让商业氛围更 加和谐。

上海将有 APM 商场 吆喝"多玩少睡"

新闻:据《新闻晨报》报道,吆喝着"多玩点,少睡 点",明年上海市襄阳路市场地块上将出现一个全新的 APM概念商场,营业时间延长至次日凌晨。

所谓APM就是"从AM到PM"(上午到下午),即 营业时间特长的商场,让顾客即使在夜深都能找到休 闲、购物的去处,甚至可以"从早玩到晚"。商场虽然不 会24小时营业,但营业时间肯定比普通商场长,可能考 虑延长至凌晨左右。

视点:据悉,上海APM商场会重点推广夜间消费 休闲活动,满足白领夜间血拼、娱乐的需求。商场内的 餐饮娱乐类商铺的比重将比较多,其中有不少营业到 凌晨,商场内的影院也将适度延长营业时间。

目前,郑州的夜生活仍不够丰富,不少人感慨过了 午夜就无处可去,但仅仅增加营业时间就能让年轻消 费者"多玩少睡"么?据《新闻晨报》进行的"百人快调" 显示,79%受访者透露会去尝鲜,但71%的受访者并不 愿意通宵购物,认为这样做不够健康。看来,这样的商 业模式还需要市场检验。

调控风云下的2010年岁末,中

国房地产龙头企业恒大以无比自信 的姿态,在中原楼市写就大手笔:11 月底及12月初在郑州、信阳连开两 盘,加上去年入市的洛阳恒大绿洲, 近一个月内三盘销售额已近10亿

这份靓丽的成绩单,不仅创造了 中原楼市销售新纪录,也为恒大深耕 二、三线的战略开启了新的篇章。

【布局】深耕洛阳后的谋定而动

2009年9月26日,恒大在河南的 首个项目恒大绿洲在花城洛阳绚丽 绽放,由此,恒大开启了布局中原的 新篇章。

据了解,恒大绿洲是洛阳市面积 最大、规划建筑面积最大、功能配套 最齐全的楼盘。自项目入市以来,得 到了政府、媒体和社会各界人士的高 度认可和赞誉,开启了恒大品牌落地 古都洛阳,绿洲精品亮剑河洛大地的 恢弘篇章。

2010年11月28日,郑州·恒大名 都华丽开盘,在之前短短的8天时间 内完成客户积累、意向登记,直至开 盘热销,掀起了中原市场热捧品质豪

宅的新浪潮。2010年12月5日,信 阳·恒大名都随之开盘劲销,以骄人 的业绩,当之无愧成为三线城市的排 头兵,再次验证了恒大集团前瞻战略 的正确性。据恒大相关负责人介绍, 恒大在安阳、漯河等地的项目也将陆 续启动,至此,恒大集团在河南的战 略布局已经初步形成。

【战略】淡市背后的热销揭秘

10亿,这无疑是河南楼盘销售史 上的又一个惊叹号,尤其是在这么短 时间又是在房地产新政频出的形势

事实上,9月底二次新政出台,全 国开发商对第四季度的楼市充满疑 惑,在此背景下,恒大名都以无比的 自信姿态强势开盘。郑州•恒大名都 和信阳·恒大名都的盛大开盘,再度 重演了数千人摇号选房的盛大场面。

近期,省内各大媒体进行了连篇 累牍的深度报道与探秘,"新政凶猛, 恒大名都缘何热销"的话题受到业界 热议。从记者的采访中可以发现,在 楼市走向变幻莫测的背景下,恒大一 贯坚持的高性价比精品战略成为淡 市热销的最犀利武器。

新政的冲击面前所未有的广泛, 无论是首次置业的刚需群体,还是亟 待换房的改善置业,抑或多次置业的 投资客户,在楼市新政下,发现自己 的购房门槛大大提高。由此,精挑细 选、综合比较、谨慎出手成为新政后 购房者的普遍特征,借助于全国领先 的品牌联盟、严格的过程控制以及超 强的成本控制能力,恒大在这一轮波 澜壮阔的楼市比拼中,以优良的精品 品质、亲民的楼盘价格,以及震撼人 心的"实景精装"的强大产品力,取得 了极大的竞争优势,从而获得热捧。

【影响】中原楼市细读恒大模式

郑州·恒大名都的开盘,承载着 企业品牌与产品品牌双落地的重责 大任,如何更好地让购房者了解恒 大、熟悉恒大进而选择恒大,是恒大 人思考的重中之重。

"担起城市运营的重任",将郑 州·恒大名都的开发与中原战略IT

以郑州恒大名都为例,首先,项 目位于金水区东风路与文化路交会

处,不仅是郑州市政治、经济、文教、 商业汇集的核心区域,更是"中原硅 谷"的财富高地。其次,独有的"实景 精装"精品模式,使得恒大名都成为 区域内不二的"豪宅样本",尤其是市 内唯一的私家人工湖、五星级多功能 豪华会所,成为城市人居的标志性工

程和亮丽的风景线。 此外,恒大名都还有一个非常关键 的卖点,即"开盘必特价,特价必超 值"。据悉,恒大所有项目开盘时均以 最大幅度的优惠让利于消费者,力求在 最短时间内实现项目的升值,使业主的 资产实现最大化,越早购买,越早升值, 这在恒大地产全国数十万客户中赢得 了极好的口碑。 本报记者 黄晓娟

怀酒,缘何又称"二茅台"

今年1月11日,来自茅台镇的怀酒在郑 州以"中国情怀"为主要诉求点,企图从中部 市场撕开一角,进而辐射全国。年轻的王堃 与仁兄般的赵翔宇手握在一起,心想在一 处——前者系怀酒集团董事长,后者是河南 今代实业有限公司董事长,也是怀酒走向全 国市场的重要推手。

从时间上算,怀酒到来时,恰逢上一个 酒业旺季的收官季节,跟得上风听得见声, 但是开始就想财如春潮腾云起,日进斗金, 并非易事,如同一个美丽的抛物弧线,在当 时使人眼前一亮宣告怀酒的到来,已经足

对于赵翔宇来说,邂逅怀酒品牌,就像 是两情相悦的情人,或者说是见到一个企盼 了很久的婴儿。从那时到现在,赵的工作、 生活中全然与怀酒有关。朋友来了,喝怀 酒;客户来了,谈怀酒;行程安排上,一端是 郑州,一端是怀酒集团,如果不是这样,也扯 得上是为了怀酒的事情而奔波。

赵翔宇跻身酒界多年,大学毕业后在一 家品牌啤酒厂,完成了"拉过料、搬过包、做 过销售员"的全套路工作,合抱之木,发于毫 末,现在看来,这种在河南流通企业负责人 中并不多见的资历,已经卓然形成了赵翔宇

身上挥之不去的气质。 同样,以这种资历,来反观今天赵翔宇 对怀酒的选择与投入的心智,绝不可臆断为 仅是脑袋一热就拍板找的项目,行走在追梦 的路上,赵翔宇得意于与怀酒的合作:"企业 要有大的发展,必须有创新思想与现代营销 理念,以品质、品牌、文化建设为支撑,以企 业战略、创新能力和个性化凸显三个层面为 依托,全力打造怀酒品牌。"赵翔宇表示,白 酒市场竞争激烈,除了茅台五粮液依托自己 强大的品牌魅力和市场号召力,稳稳占据着

第一、第二的位置之外,市场上还没有形成 第三、第四位次。这其中蕴含着巨大机会, 这个机会不只相对于白酒生产商,还包括现 在赵翔宇所从事的代理商和经销商领域。

与所有著名的酱香酒品一样,怀酒一个 不少地完成了伏天制曲、重阳下沙、两次投 料、九次堆积、八次蒸煮、七次取酒等工艺流 程,一年一个周期,这一香型的独特配制工 艺让怀酒拥有了酱香突出、优雅细腻、酒体 醇厚、空杯留香的典型风格。品尝过怀酒的 白酒泰斗秦含章曾经题词:青山绕谷气温 和,赤水河边美酒多。大醉一生能几度,酱 香四溢传欢歌。

诉诸媒体的形象传播,赵翔宇锱铢必较, 如果留意,不难发现,"赤水河畔二茅台"是出 现频率比较高的语汇,其间原因在于,从1973 年到1994期间,时任茅台酒厂总工程师、厂 长季克良,党委书记邹开良,茅台酒厂的国家 级酿酒大师、被誉为"酱香型酒之父"的李兴 发,酿酒大师许明德等人同时都担任了怀酒 厂的技术指导。这说明贵州怀酒不仅仅在历 史文化上与茅台同宗同源,更重要的是,在品 质上也能够与茅台相映成辉。更为难得的 是,"赤水河畔二茅台"这个独特的称号,今天 已经得到了贵州茅台集团的授权。王见宾

