



本报讯 11月11日,由郑州云顶服饰有限公司主办的“2012中国女裤流行时尚发布会暨逸阳十周年庆典”在河南登封禅宗少林·音乐大典现场震撼开幕。来自全国30多个省市、近2000名服装行业精英人士再次聚首中原,共同参加了逸阳十周年庆典。

庆典上,逸阳董事长刘涛谈到了逸阳十年间从只有12名员工的小作坊到今天现代化产业园区的飞速发展,并提出了逸阳的企业愿景规划为“全球裤业

NO.1”,全力打造百年逸阳品牌。此次活动,逸阳以恢弘的手笔邀请业界著名模特百余人,其中外籍模特十余人,共同演绎逸阳2012春夏新品的饕餮盛宴。秀场分为“高调个性”、“极致优雅”、“向经典致敬”三个篇章,现场更有少林武僧鼎力助阵,传统与现代、古典与时尚、武术与秀场的相互交融,再现了逸阳“简约、时尚、个性”的品牌理念。这次时装周,开创了中国服装行业禅宗圣地走秀之先河,展现了逸阳

浓厚的品牌文化和时尚底蕴。

此次盛典,郑州云顶服饰有限公司更是以大爱的品德,为家乡捐助建设“逸阳希望小学”,以实际行动回报社会,体现了郑州云顶服饰有限公司作为一个现代企业的博大胸怀和社会责任感。

逸阳以此十年庆典为契机,将实现跨越式发展,与国际时尚品牌接轨,打造走向世界的中国女裤品牌。(张潇潇)

商都消费 时尚生活

电话 67655113 13783530255 E-mail:zrbzhaofei@zina.com

13

非高端品牌不推 非金字口碑不推

寻找中原酒店业的领军者

2011年度中原酒店业“金樽奖”推展活动盛装启动

本报记者 冯长海 何晶晶

即日起,本报将盛装开启“2011年度中原酒店业金樽奖”推展活动。此次活动旨在弘扬中原荟萃国内外先进运营经验的酒店饮食文化精神,打造中原酒店餐饮名牌。

本报希望以具有深度的报道文字呈现前所未有的中原酒店业,展示其文化营销、品牌立身、金品诚信、至尊服务等经营特色和内涵,从而给中原消费者一个温暖的岁末盛宴,让中原酒店业文化流芳四方。

酒店业在我国有悠久的历史,可以追溯到几千年前,从殷商时代就有的“驿馆”到周代的“馆舍”,然后秦汉有了“旅馆”一词,而到了魏晋时期,更是有了招待外宾的“四夷馆”,唐朝之后则有“蕃坊”、“四方馆”、“会同馆”等种种称呼。据了解,直到清末,中国才有了现代饭店。虽然传承千年,可是有一点本质未变,那就是酒店就是“给宾客提供歇宿和饮食的场所”。

“金樽清酒斗十千,玉盘珍馐直万钱”、“人生得意须尽欢,莫使金樽空对月”李白的名句早已千古流传,金樽作为酒器之豪奢高贵自不待言。此次以“金樽”一名推展中原酒店业,可以说,非高端品牌不推,非金字口碑不推。可借此推介者,不仅要做到《诗经》所言,“我有旨酒,以燕乐嘉宾之心”,还要能够让来客“东风一樽酒,乐此不思家。这一荣誉,是对酒店设施和服务的褒奖,更是酒店口碑和影响力的真实体现。

专家有言,酒店文化可以分为三层,第一

层是酒店的物质文化和服务文化;第二层是管理文化,主要是通过管理思想、管理制度、管理组织和管理方法四个方面来反映;第三层是精神文化,即酒店的价值观念、企业精神、服务理念、行为准则等。荣膺“金樽”大奖的酒店,自然要有系统的文化工程。本报也希望,随着这一奖项的评定,不仅可以为中原酒店业的江湖地位下一断语,还可以尽显中原酒店业的独特文化内质,为已是文化大省的河南再添助力,也为郑州都市区建设提供智慧薪火。

忙而有闲的工作,逸而有致的生活,期望在这个季节,因为这次活动,让所有的品质酒店、所有时尚消费都得到展现,让中原酒店业绽放光芒。

“金樽奖”推展范围:郑州市(含新密、荥阳、登封、巩义、新郑、中牟六县市)高端酒店、餐饮业。

奖项设置——

★“金樽”至尊企业奖

奖项名称:2011年度中原酒店业“金樽”至尊企业奖

推展标准:(须同时符合以下四个标准)

- 1.企业在省内外有一定的品牌知名度,四星标准以上(含四星);
- 2.企业在2011年品牌创新、营销创新、特色创新、服务创新、管理创新上有所突破或取得良好的运营效果;
- 3.企业在特色创新与品牌管理成就上被市级以上新闻媒体、专业报刊报道或获得过相关机构颁发的荣誉奖项,在本次评选中可适当加分;
- 4.企业和社会和业界口碑较好,无不良违规行为和记录。

★“金樽”领军人物奖

奖项名称:2011年度中原酒店业“金樽”领军人物奖

推展标准:(须同时符合以下四个标准)

- 1.本人在社会、业界内有一定的知名度;
- 2.本人对本企业2011年品牌创新、营销创新、特色创新、服务创新、管理创新有着突出贡献,足以影响本企业或本行业;
- 3.本人在特色创新与品牌管理成就上被市级以上新闻媒体、专业报刊报道或获得过相关机构颁发的荣誉奖项,在本次评选中可适当加分;
- 4.本人无违法违规行为和记录。

“金樽奖”申报方式:本次推展活动中“2011年度中原酒店业‘金樽’至尊企业奖”和“2011年度中原酒店业‘金樽’领军人物奖”均采用推荐或申报方式参与。推荐或自由申报日期为2011年12月15日前。

联系电话:0371-67655263 67655118 13783530255



制图 柴莹莹

“嬉色郑州”系列之三

龙湖九号: 诗意江南文化 创意江鲜美味



龙湖九号位于商务外环路拉姆国际中心楼下,门头上的四个繁体楷书毫不扎眼,若是初次到访,一不留神就会与这家按五星级标准打造的豪华餐饮会所擦肩而过。龙湖九号总面积达6000余平方米,酒店的布置颇见心思,紫铜的墙面,光可鉴人的大理石地板,阿玛尼的沙发,明清的家具,色调沉稳的同时也洋溢着时尚的气息。每个房间的正中都有一盏晶莹剔透的巨型水晶吊灯,灯光洒在房间的每个角落,亮如白昼,一派富丽堂皇的景象。通过包间内的橱窗,新区美景尽收眼底,CBD的璀璨夜色悄然替换了包间内原有的一切布置,与美食一起沉醉心底。

除了奢华大气的装修风格之外,龙湖九号亦是目前郑州市场上唯一一家以江鲜特色、江南风味为主的高档餐饮店,其菜品别具一格。比如清蒸刀鱼这道菜,名士刘宰在宋代就曾以诗称赞:“肩耸乍惊雷,腮红新出水,以姜桂椒,未熟香浮鼻。”刀鱼肉质细腻,味道鲜美,肥而不腻,其营养价值比牛肉和金枪鱼毫不逊色,并含有丰富的维生素B,可以很好地起到延缓衰老的保健功能。被誉为龙湖九号的招牌菜之一的还有享有“鱼中之王”美誉的活鲟鱼,活鲟鱼在明代时就被列为贡品,进入了紫禁皇城,其味道极其鲜美滑嫩,更有“江南鲜笋趁鲟鱼,烂煮春风二月初”之诗句来赞美鲟鱼的美味。按照八大菜系来分,江苏菜自成一家,也叫淮扬菜,鱼翅这一名贵的佳肴作为淮扬菜的突出代表,在清代时就颇受南方人的欢迎,号称“无翅不成席”。龙湖九号的干捞翅色鲜味美,口感浓郁鲜美,一直以外有样,内涵满而广受青睐。

龙湖九号登陆郑州的时间虽只有一年之余,但其以鸿图华构、博取古今的装修风格和色香味俱佳、其味无穷的经典菜肴博得了越来越多的食客们的赞赏。在这里,人们可以沉醉于这着奢华尊贵、极致愉悦的顶级氛围之中,也可以在这唯美世界里尽享饕餮顶尖美食的非凡感受。

薛晓



名酒掠影

茅台红钻酒 系出名门 大器天成

说起奢侈品,你脑中闪过的可能是这些名字:Louis Vuitton、Gucci、阿斯顿·马丁、兰博基尼……但对于爱酒之人来说,一瓶醇香并富有深厚文化积淀的陈年佳酿对他们来说才真正“可遇不可求”。茅台,作为中华民族最珍贵的文化遗产,以其产量稀有受到爱酒人、懂酒人的追捧。

在“2011魅力唐山豪车名宅及顶级私人物品展”上,代表中国最高端白酒茅台红钻酒成为展会的一大亮点。贵州茅台集团的盛世红钻、皇家红钻、御品红钻三大系列产品悉数闪亮登场,与各大国外顶尖品牌同台争艳。承载中华千年酒文化深厚底蕴和工艺,茅台红钻酒跻身世界顶级奢侈品行列,引领国产奢侈品品牌走向世界舞台。

寻找传统的中国奢侈品

酒,在中华民族的历史上有着特殊的含义。李白的一句“莫使金樽空对月”将人生的豪放尽显无余。“劝君更尽一杯酒,西出阳关无故人”更是表达了王维对故人的依依送别之情。改革开放以后,众多红酒成为奢侈品的代名词,拉菲、凯特顶级干邑、波尔多八大名庄等均成为人们追逐的对象。

据统计,中国已成为仅次于美国的全球第二大奢侈品消费国,市场潜力巨大,但却基本被国外品牌占据,国产奢侈品品牌寥寥无几。据对外经贸大学奢侈品研究中心主任朱明侠教授的研究显示,在“高价格、稀缺性、传奇性、品牌价值、完美体验”五要素中,中国可能最先造就奢侈品牌的就是白酒行业。而茅台红钻酒的崛起,成了最好的例证。

世界奢侈品协会中国代表处中方首席代表欧阳坤及意大利对外贸易委员会首席代表、中国区总协调官赖世平就对茅台红钻的中国元素及其蕴涵的深厚文化底蕴十分欣赏。

有业内人士评论,作为奢侈品展唯一的白酒品牌,茅台红钻酒为展会带来了新的气息,也标志着茅台红钻酒正式跻身“世界顶级俱乐部”,白酒行业有了“世界级标杆”。通过奢侈品展这一平台,茅台集团不仅展示了中国的高端白



贵州茅台集团赠酒马马拉多纳

酒产品,同时也获得了更多与世界豪华产业的交流合作机会,相信未来的国酒茅台必将完成由中国顶尖品牌到世界顶尖品牌的华丽蜕变。

在近期的深圳第七届文博会上,茅台集团派出高级资深调酒师申正强先生,现场展示红钻酒勾调、签名封装,并在现场进行拍卖,竟然以一瓶2.4万元的高价落槌,震撼全场。茅台红钻酒的奢侈品身份价值再次获得高度肯定。

因何而贵

综观世界顶级奢侈品,都有一个共同的特点,在细节处才见其奢华本质。茅台红钻酒是贵州茅台集团耗费数亿、投入巨资精心打造的顶级高端养生酒。以茅台集团窖藏多年的年份老酒为基酒,配以洪武养生秘方,采用高科技纳米醇化技术,精心调制而成,既保留了酱香白酒的原色原汁原味,又有养生调理的功效,以此倡导健康豁达的生活理念。

质,红钻酒以茅台集团窖藏多年的年份老酒为基酒,年份老酒存量极低,犹如红木家具中的黄花梨一样,原料非人力可及。

形,就连制造红钻酒酒瓶都采取骨瓷烧制难度最高的一体三色技术,集满堂红、帝王黄、透明釉三色一次烧制而成,属业界首创。并有可达医用安全级

的釉下彩技术,完全阻隔铅、铬等重金属污染,瓶盖采用明洪武经典九龙戏珠图腾,24K黄金分层精铸,配以正版施华洛世奇水晶装点,惊艳绝美、细腻生动。

灵,茅台镇数百年持续不断的酿酒,在小镇上空编织出全世界绝无仅有的微生物网,这一切共同造就了全球最大的天然酒窖,红钻酒的酿制必须经过八次摊凉及加曲堆积发酵,同时必须遵从高温制曲、高温堆积发酵、高温蒸馏的三高原则及酒基酒生产周期长、大曲储存时间长、基酒酒龄长的三长工艺。

珍,茅台红钻酒低调进入河南市场,没有发展各级经销商,没有传统的店面铺货,没有大规模的广告宣传,而是采用了独特的发行模式,只通过定制方式,在特定的私密渠道定向发行。这也是欧洲旧世界奢侈品采取的销售模式。

稀,茅台红钻酒受地域及原料限制,产能极低,无法用大规模工业方式制造,年产量仅百吨,全国仅发达地区及中心城市才有少量供应,河南省作为酒文化厚重的地区,每年只有6000瓶的销售份额。

茅台红钻酒品于质、精于形、取其灵、究其珍、贵于稀。以中华文化之精髓打造世界顶尖奢侈品。

史治国

商情速递

星巴克郑州首家店今日开业

本报讯(记者 赵佳)今日,位于国贸360广场的第一家星巴克门店正式开门迎客,这也是郑州首家星巴克咖啡店。

星巴克全球拥有1.3万多家店,并且还在以每天新开8家店的速率扩张。在继昆明、合肥、石家庄之后,星巴克终于来到河南。星巴克咖啡公司成立于1971年,自1999年1月星巴克在北京开设了中国大陆第一家星巴克咖啡店以来,星巴克在大陆41个城市开设了近500家门店。

星巴克以专业的手工调制咖啡,热情洋溢、专业知识丰富的伙伴服务,以及温馨、舒适的“第三生活空间”赢得了中国消费者广泛青睐。如今,星巴克带着纯正的咖啡文化来到郑州,为郑州市民献上专业的咖啡享受和最独特的星巴克体验。

“香港缤纷冬日节”25日启幕

本报讯 近日,香港旅游发展局组织香港迪士尼乐园、海洋公园等知名景区在郑召开新闻发布会,宣布将于11月25日至明年1月初举办“香港缤纷冬日节”。届时,主办方将在中环和尖沙咀推出规模宏大的圣诞庆祝活动。

作为活动一大亮点,高达18米的圣诞树将矗立于中环皇后像广场,梦幻般的旋转木马加上闪耀的浪漫装饰,将为广场增添浓郁节日气氛。在尖沙咀东部,香港首个户外溜冰场“缤纷乐园”将闪亮登场。活动期间,香港迪士尼乐园将推出“反斗奇兵大本营”项目,在巨型玩具场景中为孩子带来奇妙体验;香港海洋公园新景区“动感天地”也将初露芳容;香港杜莎夫人蜡像馆将推出复古的维多利亚式圣诞;香港湿地公园将举办冬季观鸟节;“天际100”香港观景台将推出全港最高糖果奇幻圣诞嘉年华,马湾公园挪亚方舟主广场将变身充满佳节气氛的“圣诞欢乐小镇”。(魏曾)

小菜坞50万元寻品牌代言人

本报讯(记者 张涵秋)近日,“50万元寻郑州‘小菜坞’童星代言人”的活动,吸引不少家长和孩子的关注。

据悉,该活动面向全省3到6岁的孩子征集“小菜坞”童星代言人,最后的总冠军将获得小菜坞宝贝电影馆提供的一份价值50万元的代言合同,并接受小菜坞的全面包装、推广,成为耀耀的童星,而且十强选手也将获得包装、推广的机会。寻找代言人活动报名工作已经全面展开,比赛将历时三个月,经过海选、晋级赛、总决赛一系列赛事,春节前将揭晓最后的结果。

据了解,小菜坞宝贝电影馆是从澳大利亚引进的郑州首家儿童微电影拍摄机构,专业拍摄记录儿童成长光影故事及拍摄儿童故事微电影。同时小菜坞宝贝电影馆还是《饭没了秀》、《我要上春晚》等多家儿童电视选秀节目的紧密合作机构。