



本报讯(记者 张涵秋)近日,郑州二七万达广场在郑州裕达国贸举行招商推广活动。活动当天,90余家品牌与郑州二七万达广场成功签约,二七万达也将于今年10月开业。

ZARA、GAP、C&A、UNIQIO、LACOSTE、MANGO、OVS、ASOBIO、JURLIQUE、星巴克、哈根达斯、DOUBLE SEVEN、鹿港小镇等多家国际知名品牌商家出席。

此次招商活动为郑州带来不少新鲜的品牌,如GAP等为首次进驻郑州的品牌,这些新品约占品牌总数的30%。

郑州二七万达相关负责人马秉义介绍说,二七万达广场是万达最领先的第三代城市综合体,以63万平方米城市综合体超大规模、国际时尚化的消费体验,领航郑州二七商业繁华。



首届文新春茶节启动 推出万人免费品茶活动

本报讯(记者 张涵秋)一杯新茶,开启春天。4月5日,首届文新春茶节在郑州拉开帷幕。在省人民会堂广场,文新公司百店邀众人现场观看信阳毛尖手工炒茶技艺,同品信阳毛尖新茶。春茶节期间,郑州市民均可走进郑州市内36家文新茶直营店,免费品尝刚采摘上市信阳毛尖茶,此次春茶节将持续一个月。

今年的春茶长势比较好,虽然因为天气原因推迟了一段时间,但今年生长期长,营养丰富,产量高。信阳文新茶业董事长刘文新在接受记者采访时说:“借助春茶刚刚上市,我们举办首届文新春茶节,以文新在郑州所有的店为载体,让广大市民和消费者来免费品茶是我们今年第一道上市春茶,即万人品茶活动。”

刘文新表示,春茶节是一个现场品茶活动,做这个活动最关键的是想把信阳的毛尖拿出来,把最好的茶卖出去。树立一个良好的饮茶、喝茶、卖茶、品茶、种茶的氛围,真正让广大茶农实现增收,提高种茶的积极性。做大做强信阳茶产业、河南茶产业,让广大茶农得到实惠。

“龙潭”春茶郑州上市 承诺不会提价

本报讯(记者 齐亚婷)近日,信阳五云集团在郑州召开“龙潭信阳毛尖、信阳红首届春茶文化节诚信联盟宣言仪式”,这意味着2012龙潭信阳毛尖、信阳红新茶正式在郑州上市。

茶企诚信联盟宣言仪式上,五云茶叶集团副总经理黄一行和部分茶企进行了诚信经营签约和宣誓承诺:坚持信阳毛尖原产地采摘,坚持走品牌化路线;严格按照信阳毛尖传统加工工艺制作、坚守品质,自觉维护消费者的权益和市场秩序,严格按照食品安全标准生产,推崇科学检测和可追溯制度。坚决打击投机取巧商贩,防止假茶充斥市场,保护和提升“信阳毛尖”市场美誉度,向消费者提供安全茶、放心茶。

此外,此次春茶文化节全面展示传统信阳毛尖茶的炒制工艺和精美的茶舞表演,开启传承茶文化的新征程。

信阳农专食品科学系教授郭桂玉详细地给大家讲解了信阳毛尖的性质特点以及冲泡方法,现场教授如何品鉴和鉴别信阳毛尖的优劣。经过两名制茶大师传统手工技艺的当场展示,领导与嘉宾一起高兴地品尝了今年的第一缕茶香——“龙潭”信阳毛尖。

“外形细圆紧直,白毫显露,汤色明亮,香气清高,滋味甘醇”,人们在赞美信阳毛尖的同时,纷纷关心其价位涨幅,据黄一行介绍:今年上好的春茶受天气影响比较大,价格较往年会有15%-20%的上涨幅度。“虽然春茶普遍上涨,我们公司今年的春茶不会提价,让所有的人都能喝上适合自己消费能力的信阳毛尖新茶。”

相关链接: 如何识别春茶

分辨春茶的方法有两种:一是干看,二是湿看。

干看指在冲泡前观看茶叶的外形、色泽、品味香气。春茶的叶子一般裹得较紧,显得肥壮厚实,有的还有较多毫毛,色泽鲜润,香气浓郁而新鲜。夏茶和秋茶则叶子松散,颜色暗,香气平和,与春茶有很大区别。

湿看就是将茶叶冲泡后,通过闻香、尝味、看叶底来进一步做出判断。春茶冲泡时茶叶下沉较快,香气浓烈持久,滋味醇厚;夏茶和秋茶在冲泡时茶叶下沉较慢,香气不高。

从营养角度讲,新茶中的咖啡因、活性生物碱以及多种芳香物质含量较高,易使人的神经系统兴奋,对神经衰弱、心脑血管疾病患者有不良影响。另外,新茶中未经氧化的多酚类物质和醛类物质含量较多,对胃肠黏膜有强烈的刺激作用,胃肠功能差的人,特别是慢性胃肠道炎症患者,喝新茶易引起胃痛、胀满、便秘、口干等症。

专家建议,春茶买回来后最好放置一段时间,等茶中的多酚类物质自动氧化,对胃肠的刺激降低以后再喝,而且选购春茶时不要买太潮的,否则,茶叶不易保存,容易发霉。

中原珠宝消费市场 顺势而为 春光明媚

本报记者 武姣



珠宝产业是一个文化底蕴深厚的产业,与国民经济整体情况、城乡经济结构等因素息息相关。

据了解,我国珠宝产业正处于调整、改革、积聚力量转型升级的关键时期,同时也面临“假繁荣”、“质量门”等问题。

然而,中原经济区建设已上升为国家战略,于此,中原珠宝消费市场恰逢机遇,不断创新发展新思路,提高加工工艺,提升产业附加值,从品牌建设、行业文化等方面进行努力,进一步加强行业宣传和信息交流,构建以郑州为中心,全国中部地区最大珠宝加工销售中心。

弘扬珠宝文化

“珠宝作为饰品其实并非只追求‘真、纯、高’,应该适合各种身份、各种收入的消费者,这才是真正的珠宝文化,做好这方面的宣传工作,能使珠宝行业更加蓬勃发展和市场繁荣。”河南省珠宝玉石首饰行业协会会长刘长秀告诉记者。

促进品牌消费

据调查,消费者的品牌意识愈来愈强,而河南珠宝零售品牌在国内不是很响亮,像周大福、老凤祥等在全国家喻户晓的品牌影响力,河南珠宝业还需做出更大的努力与其拉近距离,而品牌塑造和升级正是促进品牌消费的关键。

记者了解到,目前,河南面积最大的珠宝商场是金鑫珠宝正弘店,占地8000平方米,这个欲打造中国珠宝行业“沃尔玛”的金鑫珠宝,已成为河南最具竞争力、最受消费者喜爱的珠宝品牌;而作为河南玉雕工艺最杰出的代表——拓宝玉器,已发展成为全国规模最大的玉器工艺品生产企业之一,并享誉“行业知名品牌”和“中国名牌”;此外,中原珠宝业另一知名品牌梦祥银楼不仅在纯银制品行业起龙头作用,而且影响未来中西部珠宝玉石首饰行业的发展走势。

专家介绍,形成中原珠宝品牌规模化发展需顺势应对,比如开拓创新和多地市布局发展,而“豫元素”的完好运用也可以成为品牌塑造的灵感源和品牌文化的突破口。品牌建设的核心是满足消费者需求,多渠道调查消费者品位则能更好做好服务,从而使品牌成为某种珠宝产品的代名词。

“现在的品牌经销商一般与检测中心相结合,各直营店内皆可直接完成维修、更换和改制,从而让消费者放心。”张慧玉认为售后服务也是品牌消费举足轻重的一部分,珠宝行业各经

销商能走好这一步,消费者将更加认准品牌的力量。

整合资源优势

此前有消息称,在股市低迷、楼市走低的大背景下,珠宝行业会快速发展。鉴于其他行业大批资金的涌入转移和消费者的精神需求,中原珠宝行业在整合好资源优势的前提下才能把握“珠宝热”。

据悉,河南作为全国的主要产玉基地之一,产量高达全国的40%,还是中国四大名玉之一南阳独山玉的主要原产地,而南阳已成为全国最大玉石消费市场,此外,被誉为“黄金之城”的灵宝县黄金年产20余万两,连年稳居全国县级第二位,是国家确定的黄金生产基地,丰富的资源供应着中原珠宝行业发展的强大支持。

众所周知,郑州有得天独厚的地理优势和劳动力优势,在不久的将来,郑州会成为全国珠宝行业交易枢纽,而随着中原经济区建设推动经济高速发展,河南珠宝消费市场潜力巨大。

对于充分利用各种资源,各经销商也各自独门绝技,像河南梦祥纯银制品有限公司将从“软实力”着手,进一步优化公司管理机制,提高技术人员工作效率,而相关专业部门也将加大市场监督力度,从细规范行业。

据介绍,省外、港澳以及本地等多家经销商多次对郑州市场进行考察,欲扩大营销范围和直营体系,从而更进一步开拓中原珠宝消费市场。

“河南玉雕全国一流、珠宝零售业进入全国先进行业不落后,这就是目标。”刘长秀认为在政府的支持和媒体的关注下,协会与专业机构以及经销商齐心协力,中原珠宝消费市场前景一片大好。

中国银行推出纯金、银邮票



本报讯 近日,中国银行推出纯金纯银邮票,其珍藏版在全国范围内开始发售。据业内人士介绍,2012年中国银行成立一百周年,中国银行纯金纯银邮票珍藏版值此之际发售,比较具有纪念和

收藏价值,升值潜力不容小觑。据了解,该纯金纯银邮票珍藏版经中国邮政集团公司审批,由北京市邮票公司发行,宝泉钱币投资有限公司经销。

该纯金纯银邮票珍藏版一套两枚,

内容选用中国邮政集团公司发行的两枚“中国银行纪念邮票”以1:1比例铸造而成。“中国银行纪念邮票”是中国邮政历史上第一次以百年企业为主题发行的纪念邮票。该纯金纯银邮票珍藏版图案分别为“百年中行”和“全球服务”,并配有中国邮政集团公司发行的两枚原版“中国银行纪念邮票”。

中国银行纯金纯银邮票珍藏版共分为三种规格:5g纯金两枚套,限量发行5000套;10g纯银两枚套,限量发行10000套;30g纯银两枚套,限量发行10000套。

据了解,中国银行是我国四大商业银行之一,也是中国唯一连续经营百年的商业银行。从1912年2月5日成立以来,见证了中国银行业跌宕起伏、波澜壮阔的历程,始终站在中国金融业的前列。

(曹瑞)

消费观察 栏目记者 武姣

“百元时代”风景“看不起”

关注:有消息称,清明小长假期间,实行一票制的井冈山景区门票由原130元/人次调整为160元/人次,但同时实行淡季旺季票价浮动:旺季上浮最高价为190元,淡季下浮不限;而曾经一度免费的山东枣庄台儿庄古城4月1日起门票由每张100元涨至160元,一次性涨价幅度达60%。由于物价及人力成本普遍上涨,不少景区进行了新一轮的票价调整,我国近半数5A级景区门票集体跨入“百元时代”,临近五一旅游旺季,关于景区票价的话题一直萦绕在行业内部和游客之间,众多旅游消费者表示,秀美河山,“看不起”的风景。

视点:据了解,虽已引起各方热议,但全国各景区门票涨价热潮依然不减。

有分析人士认为,除了景区运营和管理成本的提高,一路攀升的门票背后是管理制度的相对缺失和旅游产品结构的不合理,以及产业单一和相应的旅游产业链还未完全形成等原因。

从消费者的普遍反映来看,门票价格如再上涨,将会给消费者带来沉重的经济负担,从而抑制了旅游兴致;另外,景区门票价格上涨过快,风景名胜本应具有的属性公益性和教化功能将被削弱,行业竞争力也将逐渐丧失。

专家表示,想要走出“门票经济”的怪圈,真正实现“旅游经济”,必须深入改革,同时建议,让政府部门进行管理,有经验的专业机构负责经营;改善旅游产品结构、完善门票定价制度,通过发展和旅游密切相关的周边服务产业,增强软实力,提供人性化的服务,才能让游客感到物有所值,从而形成良性循环。

据悉,景区门票的“百元时代”在郑州并不明显,早在2011年3月,《郑州市贯彻落实省政府关于加快发展旅游业意见重点工作分工方案》中就明确强调,景区门票价格调整要提前180天向社会公布,所有旅游收费均应按规定向社会公示,由此看来,作为服务业的主导行业之一,郑州旅游业的良性发展必将为都市区建设助一臂之力。

高档白酒很“受伤”

关注:据报道,国务院日前召开第五次廉政工作会议,会议提出今年要严格控制“三公经费”,继续实行零增长,并明确指出“禁止用公款购买香烟、高档酒和礼品”。消息一出,第二天酿酒业以2.18%的跌幅领跌A股,两大名酒贵州茅台、五粮液分别下跌6.37%和6.5%,高档白酒市场一片惨淡;而近日又有消息称,53度茅台酒价格走低,现在已经降到1519元/瓶。

视点:据了解,多家白酒企业将产品定位商务消费,因此影响不是很大,但对于茅台来说,从其股价的表现就能看出公款禁止购买高档酒对他们的影响深度;有报告显示,“三公经费”占高端白酒的消费量保守来说占到15%,将这部分消费量削减,对高档白酒市场有一定负面影响,业内人士认为,虽然行业一片惨淡,但二三线白酒反而会抓住机会,占领市场,从长远来看并不影响白酒的投资价值。

不难看出,高端白酒企业的股价,在一定意义上已经成为政府遏制“公款消费”的风向标,而这次廉政会议又从技术上把关,实行公务卡消费,未来“三公消费”将细目公开,满足了公众对反腐的高度期待。

不过,对于高档白酒的定义也众说纷纭,消费者认准品牌效应,业界人士则看重价格,而每一种高档白酒面向的渠道也不同。

同时,禁止公款购买高档酒和高档酒的消费又是不完全相同的概念,于是也有分析人士建议,在“三公消费”中应直接规定不允许消费超过某一定价格的白酒;或是实行“浮动价格限制”,比如规定“三公消费”中公务招待根据当地基本工资标准,不能超过相应的比例等等。

消费资讯

50家“维牧香”生态肉专卖店 布局郑州

本报讯(记者 张涵秋)继百万征名“维牧香”之后,被称为中国养猪第一股的雏鹰农牧集团,4月9日在中州皇冠举行冷鲜肉招商活动,正式启动冷鲜肉销售项目,进军下游产业,开始“全产业链”的战略布局。

为何要进入冷鲜肉产业?据其董事长侯建芳介绍:“就是想让人吃上放心肉,为此我们投资40亿元在三门峡地区建设全国最大生态生猪养殖基地,冷鲜肉全部来自雏鹰农牧的养殖基地,保证了产品的营养健康,安全放心。在销售时采用先进的气调保鲜包装,而且从养殖到屠宰,再到销售,整个产业链采用安全追溯管理系统,相当于猪肉也有了‘身份证’,消费者将来吃到的雏鹰农牧集团的冷鲜肉,能查到是哪个场区哪个饲养员。今年下半年基地生产的生态猪肉即将部分上市。”

据悉,去年年初,雏鹰农牧集团生态猪肉产业园和冷链仓储物流中心建设项目,冷鲜肉屠宰加工项目均被省政府列为2012年第一批重点建设项目。侯建芳说,此次冷鲜肉销售项目招商主要面向郑州地区,包括下辖的县市,初步规划50家店。公司还将打造面向全国市场的冷鲜肉制品连锁销售体系和冷链物流配送网。