



姝姝带你
吃郑州

栏目记者 武姝

文奇中餐厅： 遇见未知的惊喜



海皇粥



文奇蛋挞



石锅鲜花椒牛腩骨

很少有人选择去星级酒店邂逅美味，也不曾预料奢华也有懂生活的态度。长久驻留的惯性思维，还是不愿接受重塑后的改变。8月5日，一次正常的试吃活动，却让所有食客遇见未知的惊喜，在裕达国贸酒店文奇中餐厅，食客们发现原来“遥不可及”是一场“误会”。

“我们现在主要面向家庭、商务消费，人均降低，你可以来裕达只吃一碗烩面。但是，这碗烩面也会保证五星级的品质和服务。”裕达国贸酒店市场传媒部总监王平说，转型后的裕达国贸酒店想要交到更多的朋友。

王平的毛遂自荐并没有和食客们拉近关系，当12道凉菜逐一登场时，试吃现场依然平静。“微波花生米是由18种调料煮完之后，放进功率极高的进口微波炉微波3次，每次微波20秒，不会上火，香味特别……”在文奇中餐厅总经理东涛的介绍下，食客们带着一份好奇动筷品鉴。

“精选的小南瓜搭配清香的桂花酱，入口绵软香甜却不油腻，用筷子夹起时不会分成两半或者散掉，能感觉到餐厅在选材和口感上十分用心。”试吃成员“樊小坏先森”（微信昵称）一番评价之后，现场气氛活跃起来，食客们相互分享味蕾的反应。

接着，农家烧豆腐、椒盐九肚鱼、石锅鲜花椒牛腩骨等热菜端上餐桌时，食客们开始大快朵颐，并给予一致好评。食客们正专注的享用晚餐，这时大厨推着餐车走到餐桌前，“今晚的重头戏来啦——现场熬制海皇粥。”推荐这道菜时东涛显得格外兴奋。海皇粥从生米开始熬制，保留米香味。再有序加入鲍鱼、花蟹、本港鱿鱼、干贝和基围虾，十多分钟后便能出锅。

“自己在家做时用过胡椒、米酒去腥味儿，这个海皇粥里加进去这么多海鲜都闻不到腥味儿，清淡而不失鲜美。”试吃成员芦先生说道。

活动结束后，食客们普遍对文奇中餐厅的品质点赞。王平表示，堂做海皇粥套餐8月7日已正式在美国网上线，人均消费120元左右，四位起订，另赠送四款凉菜、六款热菜、两款点心和一款主食。

下期美食探店 微思叔叔

时间：8月11日
地址：郑州国贸360广场B1

爱吃团成员招募中
招募方式：招募10人免费试吃
报名方式：1：官方微信（发送“我爱美食”）
报名方式2：0371-67655258

《绿城商场八仙过海抢“伙伴”》后续报道

栽下梧桐树 引得凤凰来

本报记者 武姝

如果给郑州几家大型商场的招商负责人每人分一块纸，分别写出十个最想引进的品牌，答案会是什么？大相径庭还是大同小异？对于这一猜想，业内多将票数投向后。

商场同质化问题严重已是老生常谈，除了业态搭配、动线设计和营销活动的雷同，品牌组合方面表现最为突出，“千店一面”是商家和消费者都不愿看到的结果。“进驻或不进驻？进驻谁不进驻谁？”这个选择权如果商家还无法掌握，那么，差异化经营就更容易实现，怎样才能拥有独一无二的“伙伴”，来听听不同的声音。

司小伟 郑州国贸360广场总经理

当你给品牌商讲你的构思时，他们会考虑商场未来的样子是否喜欢？这家商场以后会不会火？运营团队是否足够专业？在谈判的过程中，你得给予品牌商信心，他们才会青睐你。这其中，就需要先把自己做好。

商场和街边铺是完全不同的概念，街边铺招商时不需考虑太多，商场的硬件打造、业态搭配、地理位置、物业结构等都是影响招商的因素，于是商场的“性格”需要彰显出来，以此来提高差异成分。

购物中心一定要做成个性化、主题性、体验性强的商业，特点越鲜明，品牌培养期就越短，同一品牌开在不同商场会有不同的感觉。当你剑走偏锋在竞争者中脱颖而出，那么，就是在筛选哪些品牌可以进来，哪些品牌不需要了。



张杰 大商新玛特金博大店总经理

如果你的定位是精品百货，却招来一些地摊品牌肯定不行。所以，招商工作首先要考虑定位。品牌是否能看中你，就要看你的商场有没有他们想要的氛围、环境、位置等，不断提升自己才能吸引品牌，两者诉求点吻合，有共同发展目标，合作才愉快。

金博大在调整前将市场导向和消费需求作为招商的出发点，定位“泛购物中心式百货商场”，打造有魅力的商场。现在流行跨界、混搭，此次调整金博大将加大餐饮品牌数量，优势品类中影响力大的品牌也重点引进，比如引进英皇珠宝、金至尊、玛贝儿等既有品牌性又有业绩保证的重点品牌。以此来丰富商品层次，提高商品力。

值得注意的是，招商还需接地气。金博大此次品牌引进方向就是消费者看得上、买得起的品牌，看得上即够时尚、有特色，买得起即价格适中，在消费者承受范围内。



宋向清 河南省商业经济学会常务副会长、秘书长

对于郑州目前的商业企业来说，独具特色的招商模式才是破解当前招商困境的新出路。

首先要建立、维护商家本身的内、外形象，保持与所有签约商户的既对立又融洽的关系，注意经营定位、目标市场顾客群体保持一致；其次，要有一套适用性强的经营策略，根据自身的产业经营比例选择招商目标，要能够在功能和形式上同业差异、异业互补；同时，招商要遵循一定的技巧，一般为核心主力店先行，辅助店随后，零售购物项目优先，辅助配套项目随后，且在时间安排上，因主力店招商时间长，而中小店的招商时间相对短，一般安排在开业前的几个月进行。

最后，对商户的服务和维护一定要到位，针对具有较高文化、艺术、科技含量的特殊商户，要对他们给予优惠政策，特别是与商场的经营主题及品牌形象吻合的这些特殊商户，邀请其入场以此增强文化氛围。



消费资讯

微思叔叔 郑州首家店今日开业

本报讯（记者 赵佳）据悉，风靡全国的起司蛋糕品牌微思叔叔登陆郑州，首家店郑州国贸360广场店今日开业，将以独特的口感为绿城消费者带来不一样味蕾体验。

“原料100%采用澳洲天然乳酪，加入了纯天然奶油和新鲜牛奶，再加上水烤的方式现制而成，新鲜、美味、健康、安全，相信微思叔叔这股‘蛋糕旋风’也会迅速席卷郑州。”微思叔叔负责人说。

据介绍，微思叔叔蛋糕店起源于1948年，第一家店在日本九州福冈市正式成立，其招牌“现烤芝士蛋糕”凭其香浓的芝士、嫩滑的口感风靡日本长达20年之久，店面遍布整个九州岛。而后进军海外，2011年进驻台湾，2012年微思叔叔的“天使蛋糕”专卖店在台北火车站开业，2013年，正式进军中国内地市场，上海、北京、成都、重庆、武汉等地区门店出现火爆场景。微思叔叔共有四种出品，分别是现烘起司蛋糕、天使的帽子、恶魔的帽子和丘比特，每一种蛋糕都别具特色。

保障蜂蜜安全 300蜂农发诚信宣言

本报讯（记者 张涵秋）8月1日，来自河南各地的300多名养蜂专业户齐聚郑州，参加由河南蜜源养蜂专业合作社主办的“农民专业合作社创新试点”养蜂技术培训会。

“目前全国蜂蜜产品参差不齐，大家达成诚信养蜂的共识，旨在保证蜂蜜的纯天然品质。”蜜源养蜂合作社理事长何昕说。

在此次会议上，蜜源养蜂专业合作社倡议养蜂者联合起来，组建更大的“养蜂合作社”。为了向社会承诺，在何昕的倡议下，来自全省各地的养蜂大户、专业合作社启动“诚信宣言”仪式，大家庄重宣誓：尊重蜜蜂的劳动，生产优质蜂蜜，让中国人吃上放心蜜。



8月3日，大型慈善公益年度盛会“旗袍会·七夕善美之夜”在河南省艺术中心大剧院举行，节目中，罗汉山禅寺主持释延武贴身宝剑成功拍卖18000元，加入旗袍会善美基金，并将七夕定位旗袍节，传承弘扬旗袍文化。
郑伟霞 摄

美汁源阳光旅“橙”进入消暑季

本报讯（记者 李强军）8月2日，在洛阳龙池自然保护公园，美汁源阳光旅“橙”大型漂流消暑活动举行，100余对情侣受邀参与。

活动现场，约两个小时的漂程让情侣们不仅感受到了漂流的惊险与刺激，而且也欣赏了两岸沿途风景。“美汁源阳光旅‘橙’”活动希望消费者

在一山一水间，享受健康的生活状态，这也符合美汁源“健康专家”的品牌形象。“郑州、漯河太古可口可乐市场销售总监胡前明说。

据了解，2014年美汁源带你去旅行，开启全新阳光旅“橙”，线上集“阳光里程”可抽奖获得丰富有趣的奖品。

