

# 6年同行,我们见证行业进步

作为郑州生活的一个重要内容,消费产业和郑州人的生活形态也在这6年间发生了天翻地覆的变化。而记录并见证这些点滴的变化,其实就是在关注郑州人的生活质量不断提高,为了这些,6年间我们做了很多……  
晚报记者 祁京 谢宽/文 吴琳/图

## 六年,食品行业不断壮大

每10根火腿肠就有5根出自双汇,每10个汤圆中有6个出自三全,每10个饺子里有4个是思念的,麦当劳、肯德基在中国的主要半成品原料90%是河南生产的,面对飞速发展的食品行业,我们的职责就是对其不断地关注。

从2002年至今,《郑州晚报》对食品行业进行了持续而广泛的关注。我们是首家为食品行业开出专门版面,进行专项关注的媒体。6年时间里,我们投入了上千个版面,从各个角度对河南食品行业进行着关注、思考和解读。

奥克啤酒集团新闻处处长徐书启对于《郑州晚报》的食品版有着特殊的见解。他认为,由于河南食品行业的特殊地位,而郑州晚报的食品版,信息量更加丰富,版面形态更加固定,报道风格更加讲究贴近性,“对于这个行业,晚报做的是扎扎实实的工作,起

到了实实在在的效果。”徐书启总结道。

扎实而不浮躁,深入而不晦涩,这是我们一贯的工作思路,我们深知,处于一个发展的行业之中,只有扎实的工作才能赢得公众的信任,只有深入的观察,才能与这个行业一同进步。6年的时间,不懈的努力,让我们与这个行业更加贴近。

“双汇是中国食品业真正的大佬,但这样一个代表河南的品牌,为什么在外人眼里远没有五粮液知名度高?”一位业内人士曾经这样对媒体发问,“一是河南的区域劣势拖累了企业和产品的形象建设;二是企业对现实业绩的重视超过对产品形象的积累。”而《郑州晚报》的努力,不但是要塑造河南的食品工业地域品牌,也是要在中部崛起之中,为欣欣向荣的河南食品行业,描绘上自己浓墨重彩的一笔。

## 六年,娱乐业改变郑州生活

从2002年到2008年,休闲娱乐行业发展极其迅速,在短短的6年里,娱乐场所从十几家一举发展到上百家,标志着娱乐行业进入到稳步发展期。尤其是近两年,“翡翠”亮相,“火豹”开张,“鼎红”现身,“NEW K”诞生……随着一批贴着“高档”标签的娱乐场所如潮水般涌来,我们欣喜的发现郑州的娱乐业态在逐步转型,娱乐市场呈现一派热闹景象。娱乐场所从刚开始单纯的卡拉OK、恋歌房到现在的会所、量贩式KTV;从刚开始的重消费到现在的重品牌;从开始的重人气到现在的重细节、重服务。据介绍,有的娱乐场所还在KTV包房内增设益智游戏、飞镖盘等娱乐

项目。无论新老娱乐场所的经营者,都在用自身独特的方式,用“多元化的服务更新”来做细节服务,用自己的力量来维持娱乐业健康、向上的发展。

“虽然娱乐行业是时尚的,走在前端的行业,但是我觉得打造品牌很重要。”贝贝宝迪执行董事徐宏惟告诉记者。经过这么多年的市场打拼,虽然整个行业竞争非常激烈,但正在向着积极的方向发展。在娱乐业如日中天的今天,经营者一定要重视打造品牌,打磨细节,重创新,做全方位的主题活动,才能突出自己的特色。

## 六年,洗浴行业健康进步

“回想起前些年,洗浴业大多以澡堂形式出现,人多、水脏等都成为病诟。”洗浴行业协会秘书长胡海洋说:“洗浴中心的登陆,标志着高档健康洗浴逐渐走向蓬勃发展。”

时至今日,澡堂形式的洗浴逐渐被大型的、健康洗浴中心或者洗浴会所所替代。众多以多元化为内容的洗浴企业迅速崛起。

之所以洗浴行业能快速成长起来,“一方面,随着国家经济的发展和人民生活水平的提高,休闲产业的比重不断增加,人们对生活的品质要求提高。另一方面,以往以吃饭为主的商务活动形式逐渐被其他形

式分离,洗浴商务休闲产业有了发展空间。”蓬莱阁花园店总经理何乐说。

“蓬莱阁三号院的开张,预示着洗浴行业第三轮的竞争开始,也就是所谓的高端竞争。”胡海洋认为,在经历着行业的快速发展过程中,管理的层次不齐和人员的不匹配也造成了行业的混乱,但是如同其他行业一样,这些也是在行业发展过程中的必经阶段。竞争是每个行业必然的产物,预计今年整个行业也将出现洗牌,但是对于大型的有实力的企业来说,洗牌也将行业带入到一个更规范的领域。因此,对于整个行业来说,任重而道远。

## 六年,餐饮塑造“新郑州”口味

在郑州,素有郑州人“一年吃倒一个口味”之称,因此对于餐饮来说,为了更好地发展就是一个“变”字。

首先是经营模式的变革。“六年前,餐饮业处在发展的初期,大大小小的饭店数不胜数。人们因对餐饮的追求不是很高,如今,品牌饭店在逐渐增多。”阿五美食的董事长樊胜武告诉记者:“从最初的名饭店,到如今的知名酒店,再到相互之间的品牌竞争,经营者开始做服务,重细节,都体现了经营模式的变革。比如说吃烩面到萧记、吃拉面到杨记清芳等,人们

开始追求生活档次的提升。”

而作为中餐中另一个业态的火锅,也同样经历着从无名到知名,再到精品竞争的变革。“如今吃火锅也能吃出时尚。”百年老妈李华经理说:“这也是改变传统风格的结果,只要符合消费者的口味,餐饮同样会随之而变。”而同时,快餐的发展也迎合了都市人快节奏的生活方式。一些快餐老板联合起来整体拿下比如说类似一个美食广场然后进行内部的分割,通过联盟的平台、通过信息的平台的建立,对于建立餐饮企业的发展起到了极大的促进作用。

## 六年:时尚前沿绚丽生活

之所以把眼镜、服饰、婚纱、珠宝等行业归纳在时尚行业中,他们共同的特点就是对于时尚的把握,对于趋势的定位。但是毕竟行业的不同,流行的法则也不一样。

**眼镜行业** 宝视达眼镜有限公司总经理张鸿林说:“回顾6年来的历程,应该说整个行业经历了洗牌,杂乱的牌子生存空间小了,市民对知名品牌的概念逐渐加深,一般会选择大品牌的企业购买。各企业间为了赢得市场,严格供应商筛选管理,提供品质优良的产品,与专科学院合作,为员工提供专业的培训,提升员工的专业素质及职业道德素养,以期为顾客提供更优质的服务。”

**服饰行业** “当前,随着人们生活水平的整体提高和社会观念的不断改变与更新,许多人对自身个性化生活的要求与日俱增。”隆庆祥企业董事长袁小杰说:“做好本土行业,就是把握南北方流行趋势,

站在服饰潮流的最前沿,做出合身的衣服,让消费者穿着满意。”

**婚纱摄影行业** 蒙娜丽莎摄影的负责人说:“2000年以后,许多投资者由于没有非常准确的市场定位及后期市场预判,造成了盲目扩张和无序发展,行业恶性膨胀,消费者严重分流的混乱局面。时至今日,影楼行业的发展已明了,婚纱行业走过6年之后,突现出来的品牌竞争成为行业中主要竞争。而摄影人员的设计造型创意和摄影的手艺,将成为最大的核心竞争力。”

**珠宝行业** 进入2008年,业内人士告诉记者,在郑州6年前黄金125元一克,铂金205元一克,如今黄金255元一克,铂金485元一克。如此巨大的差价,想必是这6年来变化最大的行业。与此同时,珠宝首饰行业近几年的飞速发展也快速进入品牌竞争时代。



郑州晚报改版六周年行业特刊

2002~2008

回顾篇

