

EXPO
CENTRAL
CHINA



2007·郑州

中国中部
投资贸易
博览会



中部六省
经济总量
“止跌回升”

2006年,中部六省经济总量在全国的比重不断减少的局面得以扭转。

据统计,2006年中部六省的经济总量达到了42961.6亿元,占全国比重上升到20.5%,这是进入本世纪后,中部地区经济总量占全国比重的第一次“止跌回升”,折射出中部崛起战略正在取得成效。

据新华社电

看看中部其他五省媒体今天报道了啥



“见到诸位,我仿佛听到了全球化的浪潮已经到了中国中部。”

到湖南,你们的胃口会更好

湖南省省长周强在郑州与世界知名企业高管共进早餐

拿起一片干面包,撕开番茄酱包,熟练地用叉子将酱均匀地涂抹在干面包上,然后优雅地开始进餐。4月25日,湖南省委副书记、省长周强的这顿早餐显然胃口很好,心情舒畅,西门子公司全球副总裁、中国区总裁Richard Hausmann坐在周强的身旁,交谈时, Richard 不时开怀大笑。

长长的餐桌四周,除

了周强、湖南省副省长等几位湖南省政府官员之外,则是一些世界500强企业和著名跨国公司的高管。“见到诸位,我仿佛听到了全球化的浪潮已经到了中国中部。”周强表示。

“到湖南时,大家的胃口会更好。因为湘菜极负盛名。”昨日,在河南郑州索菲特国际酒店举行的湖南省领导会见跨国公司

代表早餐会上,周强省长的谈吐风趣幽默。而现场的热烈气氛,让人感受到这些跨国名企期待通过与省长的交流,与湖南建立联系的热切心情。

“赶紧去,晚了没机会了。”早餐会即将结束时,家乐福长沙公共事务部经理南东拉拉着家乐福(中国)区副总裁康柏德,赶紧上前与周强省长互换名片并交流。



合肥 22 个招商组“露脸”

合肥市招商局相关负责人昨天透露,经过认真遴选,合肥目前选定22个招商小组参加中国中部投资贸易博览会,一批新项目将在中博会上“露脸”,力争签约一批“大单”。

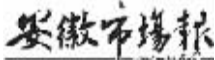


湖南团将“送货上门”

两千多湖南代表抵郑州



据了解,第二届中部博览会除了3万多名报名参展的重要客商外,还有随同他们前来的工作人员,以及一些自愿前来的客商,届时会聚郑州的客人将超过10万人。这些客商来自全球,既有来自世界500强的企业,亦有不少企业来自东部沿海发达地区。因此,湖南省商务厅负责人要求各州市招商部门充分利用这一难得的机会“送货上门”,把省情、市州情及招商项目情况当做商品,上门向各地客商推销。



安徽省汽车和动漫产业亮剑中原

万众瞩目的第二届中国中部投资博览会今日鸣锣开场,记者昨天赶到郑州国际会展中心“探营”,安徽省各展区一番忙碌的景象。设计极富创意的汽车和动漫展区成为此次展览会的亮点。

记者在现场看到,安徽省展区分一楼投资展区、二楼品牌展区和汽车展区,整体采用通透式布展,注重声、光、电等现代科技

手段的运用,结合实物、图片、文字、灯箱及背板等方式,集中展示产业特色及产业优势。最引人注目的是展厅内“打扮”俊俏的7辆自主品牌的汽车,这些分别来自奇瑞和江淮造型新颖的汽车一登上展示舞台,就吸引了许多布展人的眼球。

纵观此次展会,最能让年轻人尖叫的应该属于动漫展区。由安徽出版

集团牵头布置的动漫展区,因其设计巧妙、布展合理成为整个动漫展区最受瞩目的一部分。据安徽华文创意管理有限责任公司企划经理薛雅文介绍,安徽省动漫展区分为安徽国际动漫嘉年华活动推介,动漫产业人才培养,动画虚拟合成系统,以及动漫类图书展销等四个部分,展示动漫产业发展。



湖北展区 汽车、钢铁唱主角

今日上午9时,第二届中国中部投资贸易博览会将在郑州国际会展中心开幕。钢铁和汽车成为湖北展区的主角,也是整个会场的亮点之一。

湖北展区位于一楼展厅,造型以楚文化为背景,以图片、实物展示湖北省的历史、文化、教育、旅游等社会各方面的发展。

小心你的皱纹

通常洗脸后,如果觉得面部皮肤有绷紧感,失去娇嫩光泽,那肌肤就是处于皱纹的第一阶段——干燥期,胶原纤维的流失速度加快,肌肤开始报警了。这个时候用平皱密码并加以按摩,面部肌肤是可以轻松恢复的。

如果对警报无动于衷的话,肌肤将进入皱纹硬化期,肤质逐渐失去弹性,黯淡无光,一般化妆品的补救

也是没什么作用的了,用雪维平皱密码直接修复能马上见到效果。

再继续发展下去就是松弛期了,胶原纤维开始松弛甚至断裂,“可恶”的小皱纹终于出现了。

最后,当到了无可救药的定型期的时候,从此就多了一件费钱又费时的麻烦事——对付皱纹。你必须立刻用雪维平皱密码,它所含

有的医学界的顶尖科技成果 HEGF 和 FGF 能彻底激活沉睡细胞,修复断裂胶原纤维,使您的肌肤重新焕发青春。这个时期比较费时,需要足够的耐心。其实,在肌肤老化的第二、三阶段,也就是在硬化期和松弛期的时候,如果用雪维平皱密码进行及时抢救的话,效果是非常快而节省时间金钱的。咨询电话:63997803

2007年4月,五星电器联手百思买投入近千万正式启动顾客研究的战略性项目。多家世界一流的顾客咨询公司

投资千万研究消费者

五星电器启动“顾客为中心”战略项目

传统家电卖场,但那毕竟是外来模式,本土模式的革新飞跃在哪里?如何实现?这一直是五星电器在和百思买合资以来一直思考的问题。现在这一思考即将有了答案。据了解,五星联手百思买启动的“顾客中心”研究小组的研究工作将持续一年,第一阶段的工作将在今年夏季完成。项目小组通过对五星多年来每一个门店海量客户数据进行统计分析,找出每一个五星卖场的顾客特征。同时,IP SOS 将在五星连锁覆盖的七个省份数十个

城市中进行大规模深入的市场调研,系统了解各地消费者的个性化需求和消费习惯。这种类型的研究在国内家电连锁来说,还是头一次。五星电器企划中心总监景星表示,“目前国内还没有特别优秀的咨询公司和市场调研公司能胜任这项庞大的研究工作,参与该项目的咨询公司和市场调研公司是全球知名的公司,具有很高的专业水平和丰富经验。比如Dunnhumby一直在凭借自己的专长分析顾客数据,曾经服务过Tesco等多家著名公司。我们相信,有了这些优秀团队的加入,我们的顾客

为中心项目一定能取得顺利的进展。在此基础上改善门店终端的模式,从出样到服务等各个方面增加顾客满意度。我们未来的顾客将是什么样?对于Dunnhumby和IP SOS等公司来说,中国的消费市场异常复杂,没有哪个国家的消费者像中国这样,有如此差异化的消费需求;也没有哪个国家的家电市场像中国这样,极度多元化、极度细分。但是也正是由于市场、顾客如此细分,我们的顾客研究项目才有实际意义。在和百思买合资之初,五星电器总裁汪建国就曾经表

示,“百思买能给五星最直接的东西是教我们如何对顾客进行细分,如何找到我们目标顾客和潜在顾客,我们如何与顾客进行有效沟通,如何发现顾客的真实需求,我们如何实现顾客体验,从而真正让我们的顾客满意。”遵循着百思买这一理念,五星电器先后进行了一些有益的探索。如通过对家电顾问的培训来发现消费者需求,和顾客进行有效的沟通等等。通过乐福来店的创新,来增加顾客体验。包括购买环境的升级,产品的出样都打破了传统家电卖场的模

式,以此提升消费者体验。也带了门店销售上的增长。但是,五星也绝不会照搬百思买模式,CC小组的研究是基于中国的消费市场和五星的门店,这种研究针对性非常强,因此也更准确。景星表示,“这笔投资的价值是非常高的,得到的收益也将是非常高的。中国的连锁企业一直在拼表面上的东西,价格、形象、门店数量、营销、明星代言等等,不惜花费巨资。但是我们要把这些钱用在我们的顾客身上,研究我们的顾客,未来带给顾客更好的体验,这是五星要的。随着顾客细分工作的完成,我们未来的顾客群也将更清晰,我想这是国内任何一家家电连锁企业都做不到的。”