

乔赢：新红高粱倡导“3H”

关键词：二胡

没有二胡就没有“红高粱”

与这个成熟睿智的男人最早展开的话题是“二胡”。“没有二胡，我进不了部队文工团；没有二胡，我进不了部队院校，更不会有以后的经历。确切地说，没有二胡就没有我的今天。”

1994年，当乔赢下定决心要做中国人自己的快餐时，他毅然决然地辞去了亚细亚总经理的职务。1995年4月15日，传说是“食神”主宰的日子，红高粱快餐选择了在这一天开业。也许是“食神”的保佑，红高粱快餐一开始真像这个名字一样呼啦啦红遍了全国。1996年，“红高粱”在北京王府井大街距麦当劳仅一步之遥的地方开张营业。挑战麦当劳的新闻很快炸开了锅，爆棚满座的“红高粱”一夜之间，名声大噪。

“都说音乐影响一生，二胡确实给我一生带来了许多转机。”这几乎可以归结为乔赢的“二胡人生”。

关键词：毅力

用“抗冻法”挑战自己的承受极限

在郑州12月的寒风中，乔赢仅穿一件衬衣走入我们的视线，“即使是在更冷的地方，我还是这样穿着，并不是我天生体质好，这也与‘红高粱’有很大的关系。”

1994年的1月1日，当乔赢决定要做“红高粱”的时候，深知中国快餐道路上的艰难，他决定用挑战自己承受极限的方式来挑战自己的毅力：他选择了在冬天穿衬衣的方式。在经历了几次大感冒之后，乔赢现在可以穿着衬衣出现在莫斯科零下25℃的街头，乔赢有一个梦想——在红高粱上市前，穿着衬衣登上南极。

“红高粱”的故事，已过去10多年了，相信很多人对这个靠“一碗烩面”挑战麦当劳的“红高粱”还记忆犹新。2008年10月初，红高粱农业路省汇店正式开业。乔赢回来了，带着3600万的风险投资基金和卧薪尝胆3年后的厚积薄发。这一次，他要在郑州再种“红高粱”。

勇者归来，意气风发，一如当年！
晚报记者 贺荣凤 虎萌



关键词：心态 用乐观的心态去看待事情

乔赢认为，真正有创业想法的人都要有丰富的阅历，而那段灰暗的记忆，正是他宝贵的财富。“在狱中，30平方米的屋子住了45个人，可是当一个人物理空间无限小的时候，他的思维空间也许就会无限大。”

我不断在想以前的那些事，哪些错了，哪些对了，如果从头再来，我该如何避免。在静静沉思中，我发现自己的轻狂和浮躁一点点退去了。”把痛苦转化为快乐，他就喜欢这样的生活。

关键词：贩卖“3H”

在乔赢的心中，真正有民族意识的企业必然走向世界。

新红高粱确立了倡导“3H时代”。所谓的“3H”，是指“快乐”（HAPPY）、“健康”（HEALTH）、“时尚”（HIGH），这是原来的红高粱所没有的。

“我乔赢不是一个卖烩面的，红高粱也不是一个烩面馆。”新开业的红高粱综合了快餐和茶餐厅两种特征，“准备的品种有6大类”。乔赢说：“这里面有各种米、面、汤和菜，更有各类花茶、冰点，可以说只要是消费者喜欢的，在

打造现代人的生活方式

我们这里都可以找得到。”

传统与时尚的生活方式相结合也成了乔赢的目标，“红高粱要做中国快餐文化，要打造现代人时尚的生活方式。”乔赢给浴火重生的“红高粱”定下了这样一个目标。

红高粱长在贫瘠的土地上，索取少，奉献大，生命力极强……就如同乔赢没有被困难打倒，“红高粱”重出江湖一样。在新开业的红高粱餐厅里，大片大片的抽象图案攀缘在大红玻璃上，那是凤凰涅槃后的美丽！

资讯快递

李嘉子形象设计登陆郑州

热爱时尚、关注时尚的达人们注意了，著名世界级国际化的综合形象设计机构——李嘉子形象设计集团登陆郑州了，以后爱美人士在郑州就可以享受到最新时尚的国际形象设计了。

据了解，李嘉子是活跃在巴黎、米兰、东京等国际时尚中心为数不多的东方造型师，她被法国ELLE杂志评为“全球最佳发型设计师”，以她的名字命名的形象设计中心在全世界已达到100多家，被誉为东方时尚的“魔法师”。

LKJ国际形象设计权威——李嘉子形象设计1962年成立于韩国，始创至今已有45年历史。李嘉子形象设计集团，是一家世界级国际化的综合形象设计机构，公司分为形象设计中心、教育学院、化妆品公司、整形外科医院等4部分。据悉，李嘉子形象设计中心曾成功地地为“迪奥”、“香奈尔”等世界著名品牌展示会及韩国各种高级时尚展示会、发布会等活动担任造型设计。

化妆新技法绿城引来观摩潮

12月4日，在文巨满时尚传媒艺术学校展示厅内，人头攒动，聚光灯下吸引了来自省内外该校的新老学员。该校校长、中国国际十大整体造型设计师文巨满通过现场演示和讲解，与大家分享了文巨满无痕化妆的最新技法、作品以及最新潮流趋势及前沿技术。

据了解，文巨满无痕化妆是文巨满独创的新的化妆概念。它是利用黑、白、灰原理，结合独特的化妆新技法，根据人物自身特点进行扬长避短的修饰和点缀，妆面立体、真实、隐形、无痕，达到自然、健康、协调的效果，成为容和精神的凝练，而不是喧宾夺主“妆夺人面”。文巨满无痕化妆不是淡妆，不是简单化妆，更不是简略随意的化妆过程，它打破了千篇一律的化妆程序和技法，根据不同的容貌特点和气质，而采取针对性独一无二的操作方案，使妆面和人物本身贴合、共融，而看不出突兀的化妆效果，赋予妆面更高的境界，给人面貌和气质的统一提高和升华。
晚报记者 张国庆

专卖店 诚信经营最重要

见到河南正航酒业有限公司总经理刘伟时，他正在店里与一位顾客交谈。“你绝对可以放心，这上面有我们‘正航’标志，如果你不放心，随时可以来店里退。”得到这个承诺后，又一笔生意成交了。随后，我们的访谈就从“做生意如何才能做好做大、做得让人放心”谈起。
晚报记者 唐善普

谈经营 人品要重于酒品

“做生意，‘诚信’二字要时时牢记心间。”倒好工夫茶后，刘伟先招呼我们品茶，然后自己也惬意地品了一口。“我的生意大多是回头客，这就是我不愁生意的原因。因为我从不售假。”刘伟停顿了一下解释道，“别人可能会认为这是生意人招揽生意的说词，但我对客户承诺是真正‘假一赔十’。”

刘伟做这行时间并不长，但他能在不到一年的时间中，把酒品专卖店的生意做得让同行从羡慕到佩服，那就真的不简单了。“人

品重于酒品。”刘伟告诉记者，这是他做酒品专卖店时对自己提出的要求。“商人都是趋利的，但要取之有道。”他笑称，自己同样不能免俗，但如果能坚持诚信经营，敢于承诺，还要敢于兑现，要让你的客户信服，还怕做不大生意？

正是他“信”字当头的经营之道，才在周围对手如林的环境中，做得真正让人放心，“我承诺了，但至今没有一例退货。”说这句话时，刘伟笑得很自信。

谈市场 经营就是做好服务

在刘伟看来，市场不是一成不变的，而且每个人的市场份额也是随着你的经营水平在不断改变着，关键看你怎样经营市场，或者说怎样服务消费者。

“我认为，做经营就是做服务，尤其是对酒品专卖店来说，大多数是以团购为主，这就更有讲究了。”刘伟说，这个服务不仅仅是常说的一般性售后服务，它是一种综合性的。比如说，售前服务你如何让消费者相信你，售中服务如何让消费者购买你的商品并保证下次成为回头客，售后服务包括送货上门、推介新品种、如何通过老客户拥有更多新客户等。“其实，我做好这些的前提就一点：诚信在先。任何一个客户都会相信并愿

意同一个真正诚信的生意人打交道。拿他们的话说，人品好、商品和服务也差不到哪儿去。”

事实上，刘伟并不满足这些。他告诉记者，自己刚从外面考察市场回来，下一步将继续做大做强自己的专卖店：一是扩大经营，准备在东开发区开个针对高端客户群的专卖店，同时在西郊开一家中低端店；二是开一个为客户提供聚会交友的休闲会所。“这种性质的会所应该是首家，不对外开放，纯免费的。”刘伟表示，“虽说贵钱贵场地，但绝对值。因为这种服务能让客户真正感受一种‘客户就是上帝’的氛围，但反过来又能给经营者带来意想不到的价值。”

拿什么拯救你 我的钱袋子

从金融危机到经济危机

受金融危机影响，目前全球经济下行态势已成定局，国际金融大鳄纷纷落马，冰岛举国破产，股市一片黑暗，突如其来的金融风暴势不可挡地影响到了实体经济。由于资金链断裂，近期倒闭的企业已不在少数，包括发达国家在内的许多国家失业率剧增，消费疲软，曾经在热钱领域呼风唤雨的房地

产、股票市场也不可避免地陷入前所未有的低迷。这一切最可怕的莫过于消费投资信心的下降。

的确，在风云突变的经济形势下，装在口袋里的钱随时都可能不值钱，投资一种稳定性强、安全可靠的金融产品平稳实现资产保值，是大多数人的心声。

黄金凸显长期投资价值

在金融动荡的环境下，老百姓如何才能保住自己的钱，咋保证钱袋子不缩水？

投资专家认为，非黄金莫属。一来，“货币天然就是金银”，黄金自古以来就是基准货币流单位，也是国际通行货币，其稳定性和保值增值功能不言而喻。再者，黄金对抗信用风险的能力非常强，此次金融危机后大量资金回归黄金寻求避险再次证明了烈火见

真金。所谓“大炮一响，黄金万两”，即是对黄金避险价值的完美诠释。

任何一次的战争或政治局势的动荡往往都会促涨金价，而突发性的事件往往会让金价短期内大幅飙升。专家表示：“如果美国经济在下半年仍没有根本性好转，国际金价今年内有望重新站上1000美元/盎司。黄金的长期投资价值非常明显。”

金鑫珠宝“投资金条”将问世

据了解，在河南市场，黄金除了一直以来占据主流首饰市场以外，其投资保值价值也备受百姓关注。专家在此提醒，做大宗投资保值之需的黄金交易一定要到有实力、有公信力的大型黄金运营机构。

河南金鑫国际珠宝有限公司专注珠宝十一年，分布在郑州、洛阳、平顶山、许昌、信阳、漯河、鹤壁等地的金鑫珠宝各专卖店是河南金鑫国际珠宝有限公司直属单位，也是

金鑫爱心团队的一分子。

多年来，金鑫积极参与公益事业，在做好企业的同时，还积极地以一颗爱心参与公益事业、回馈社会，先后为社会公益事业捐资近千万元。有爱心的人是值得托付的，有爱心的企业是值得信赖的。金鑫一贯坚持的原则是“宁失万两金，不负顾客心”。

赵博