

吃喝住玩娱乐休闲等八大主题活动 优惠资讯应有尽有 贺岁《拜年》特刊下周三与你相约

红红火火过春节 名优商家大拜年 咨询热线:67655031

春节将至,您准备好了吗?速冻饺子、汤圆、酒……各类年货谁家好?吃饭、度假哪家酒店饭菜好服务优?娱乐休闲哪里最好玩儿?哪些名优产品节前最优惠?为让读者详细了解消费行业在春节期间最新活动及优惠资讯,“第一消费”在2月10日特推出“虎年贺岁《拜年》特刊”,为食品、酒类、饮品、酒店、娱乐、洗浴、珠宝、服装、眼镜、钟表等消费行业 and 消费者提供一个沟通和互动的平台,让广大市民“《拜年》特刊在手,购玩吃娱无忧”。
晚报记者 唐善普

八大主题全面展示消费行业
特刊将以春节消费为主线,分为八个主题,即“年货篇”、“美味篇”、“美酒篇”、“美食篇”、“美容篇”、“穿戴篇”、“休闲篇”、“娱乐篇”等,全方位多角度地介绍这八个行业中,春节消费时尚和市场形势,并从中原消费市场中选取最具吸引力的相关品牌产品、商家和场所,每个行业重点全面介绍一到两个产品或场所,从而引导市民健康时尚的春节消费。

大篇幅刊发贺岁照片
特刊还将在封面刊登各参与企业和品牌老总的新年照片。新年寄语恭贺新春、潇洒签名拜年……新年来啦!2月10日消费行业知名人士将闪亮登场。

多角度提供最新最优惠信息
为让广大消费者能在最短时间内,能将各个行业的商家在春节到来之际的最新的优惠资讯“一网打尽”,选好购物、吃、喝、住、玩、乐等,与家人亲朋过一个欢快的春节,特刊将把各行业商家的产品种类、产品特色、优惠措施、价格,以及地址、电话等相关资讯,以多角度的方式进行详细的介绍。同时,还将免费征集发布春节期间吃、喝、玩、乐、洗等优惠信息,更好的服务市民和消费者。真正做到让市民“《拜年》特刊在手,购玩吃娱无忧”。
一刊在手,春节七天无忧;精彩纷呈,值得期待。敬请关注本报2月10日重磅推出的“虎年贺岁《拜年》特刊”。



消费快递

Lee新品演绎经典元素

经典工装,西部牛仔服,怀旧学院装,破洞印花衫。2010的春夏,怀旧情结依旧活跃于时尚前沿。Lee2010春夏新品以现代手法重新演绎品牌的经典元素,融入120年的历史经典和摇滚激情。历经岁月沉淀的复古牛仔配以时尚的剪裁, Lee2010春夏新品在向历史致敬的同时,也透射出对未来的激情与憧憬。Lee还隆重推出了四款限量版Buddy Lee公仔,其中两款明星限量版公仔穿上了由天王偶像阮经天和郑元畅亲手设计的2010年春夏新装;另两款经典传统公仔牛仔款(Cowboy)和工服款(Union Allers)Buddy Lee也将同时推出。

同时,也透射出对未来的激情与憧憬。Lee还隆重推出了四款限量版Buddy Lee公仔,其中两款明星限量版公仔穿上了由天王偶像阮经天和郑元畅亲手设计的2010年春夏新装;另两款经典传统公仔牛仔款(Cowboy)和工服款(Union Allers)Buddy Lee也将同时推出。

白云边酒业举行新春联欢团拜会

2月3日,白云边股份公司郑州办事处召开了新春联欢团拜会。郑州酒类行业协会、河南湖北商会、白云边在郑州市场的重点客户等代表参会。白云边公司员工自编自导表演了丰富多彩的节目,动人的歌

声、劲爆的舞姿博得客人们阵阵的掌声和欢笑。湖北白云边股份公司郑州办事处经理邓永松在致词中表示,2010年公司将继续把河南作为重点市场运作,销售额有望突破3亿元大关。
晚报记者 高岩

糖果业理性应对糖价暴涨 徐福记坚称节前不涨价

新年伊始,随着白糖价格的暴涨,整个糖果行业正迎来巨大的成本压力。由于受严重干旱天气影响,广西和云南等地的甘蔗大幅减产,导致白糖减产,白糖价格从低估持续攀高,现货白糖一度飙至每吨6000元,涨幅达到100%,目前的糖价已经涨至是继2006年之后的历史最高点。

压力不小,但春节是中国人一年最重要的节庆,要考虑照顾消费者的心情与荷包,不会通过涨价的方式缓解成本压力,并未对旗下的新年糖和酥心糖进行价格的上调。孙天珍表示,公司努力控制管理成本,另外随着经营成效与渠道拓展的成长,再加上今年春节旺季销售时间长,销量会有较大的增长,也可以吸收一部分成本压力。

白糖价格的上涨一方面让南宁糖业、贵糖股份等制糖上市公司扭亏为赢,实现了强势反弹,但是对于糖果业的发展却极其不利。“近几个月以来,公司采购白糖价格出现了幅度不小的上涨,造成了一定的成本压力。”糖果巨头徐福记国际集团媒介总监孙天珍表示。

根据新加坡证券交易所官方网站公布的徐福记国际集团2009财年(2008.7.1~2009.6.30)的业绩显示,徐福记在过去10年间一直保持着超过两位数以上的快速增长。而进入下半年,徐福记随着中国经济的强劲复苏表现抢眼,在春节销售旺季比上一年多出17天的基础上,孙天珍预计,徐福记今年春节的销售会有乐观性的增长。

徐福记是目前中国糖果业的领军企业,自1998年来已经连续11年经国家统计局发布糖果销售为市场第一名。徐福记方面表示,虽然成本

晚报记者 高岩



明视达眼镜 新春特惠活动“拨”动绿城



春节的脚步日益临近,漫步街头,红色的中国结,大红灯笼已挂了起来,到处洋溢着“年”的气氛。

辞旧迎新就意味着穿新衣、换新颜。目前,各行各业都在积极备战春节黄金期,纷纷举办你店庆,我新春特惠;你打折,我满送……而春节随着学生潮和白领族的涌入,为感谢广大郑州市民多年来的关爱与支持,郑州明视达眼镜特推出多种设计新颖、色彩绚丽的眼镜款式,举行“合家团聚,配镜‘家’一员”的让利活动回馈广大消费者。想让自己与众不同吗?向着百分百美丽冲刺吧。

据明视达眼镜的负责人介绍:“合家团聚,配镜‘家’一员”是此次公司喜庆春节回馈活动的主打,其主要内容是针对个体消费者推出“团购价”,他进一步解释道:“多年来,公司以‘专业专注,用心服务,诚信经营,品质第一’为经营宗旨;以服务于人类的光明事业,展现现代眼镜文化,传播世界眼镜潮流,推动中原地区眼镜事业的发展为己任,在受到广大消费者好评的同时,公司不忘‘取之于民用之于民’,至此春节之际,为消费者送上放心、实惠的产品。”
据了解,本次活动期间,消费者家庭成员

中只要有一人在明视达使用常价配镜后,第二人配镜即可获赠镜架额外折扣,第三人配镜可获‘家一员(加一元)’的镜架特别折扣,即以一元的价格换取指定镜架一副。之外,凡到明视达眼镜店,不论是否购物,均可得到中国邮政发行的可抽奖、可邮寄新年贺卡一张(含50元配镜卡)。凡配镜顾客也可抽取额外惊喜。

与此同时,新年配镜,明视达眼镜更有“惊喜九重奏”,让您喜上眉梢。据记者提前打探,一喜:护理液惊爆价,隐形眼镜买就送。二喜:超值学生套餐,原价194元,套餐价68元;原价345元,套餐价198元;原价838元,套餐价398元;原价1058元,套餐价598元。三喜:精品老花镜买一送一。四喜:“迎新年,送镜架”,配QQ新一代镜架,送398元镜架一副;配凯米渐进片,送198元至498元镜架一副。

说了这么多心动和实在的活动,打算春节期间重塑自我的朋友还等什么,切莫错过良机。

年末配镜,一定要来明视达看看!
明视达眼镜护眼热线: 800-883-6968
明视达眼镜护眼网址: www.mingshida.net.cn
高岩

送礼也要“附加值”

“选购商品时你最关注什么?”一份权威的消费者调查显示,随着中国商品经济的高度发展,消费者在选购商品时已不再将目光仅锁定于产品本身,被调查者中有89%已将“附加值”列入继品牌与品质之后的必考虑因素中。春节即将来临,许多品牌掀起了礼品战,如何在品质之外选择更合适的礼品,消费者诉求明确——“我就看附加值”。

近期火爆的高档奶市场反映了这一现象。以销量持续升温的特仑苏为例,越来越多的消费者将其作为送礼首选,首要看中的是来自珍稀奶源打造的3.3克天然优质乳蛋白所赋予的金牌营养呵护。而基础价值之外,特仑苏通过一系列的独特体验赋予了消费者更多的附加值。

品味独到生活美学
在特仑苏的品牌精神中,美学体验是不可或缺的一部分。其包装设计风格简约优雅、赏心悦目,符合当下低调奢华的设计标准,即值得长久回

味,永不流俗于时代。选择特仑苏的消费群,多基于生活美学的独到感悟,也是一见倾心的默契。



体验专属会员服务

作为国内第一款高端牛奶,特仑苏创建的会员营销互动平台“名仕会”也又一次走在了国内乳品品牌的前端。这里不仅有丰厚回馈与尊享服务,还有专属定制的高端活动,只为让会员用心感受生活的美好与感动,怎不让消费者心动?

感受别样情感关怀

今年恰逢情人节与春节“相遇”在同一天。作为爱的传递者,特仑苏在情人节之际特别推出了专属定制周末限量版情侣对链“特仑”&“苏”,只要在活动期间购买特仑苏皆有机会获得这份额外的爱的“表白”。如此贴心的附加值,让消费者如何割舍呢?
晚报记者 高岩

黄金奶源保驾护航 世博牛奶点亮虎年新春

牛奋千程荣盛世,虎跃五福贺新春。面对即将来临的金虎年,消费者正在做着紧锣密鼓的迎接工作,置办年货即成了重头戏。近日,记者走访各大超市了解到,与百姓生活息息相关的乳制品,提前进入了新一轮的销售旺季,但与往年各乳品品牌百花齐放局面所不同的是,随着世博年的临近,伊利“世博牛奶”备受消费者青睐,成为了年货市场尚往来的“一枝独秀”。

“呼伦贝尔、新疆天山、锡林郭勒……”消费者对于伊利响当当的奶源如数家珍。据专家介绍,这三大区域位于北纬40-50度之间,是全球公认的牧草生长的“黄金纬度”区,也是我国为数不多的黄金奶源带,它们都集中于伊利一家,仅此一点就让世博牛奶的品质有着与众不同的天然基因。据了解,伊利在这三大奶源带上已建成了不同规模的优质牧场达800多



个,未来,还将增加建设800个不同规模的牧场。而且伊利采用了优质的良种奶牛,以提高蛋白质等营养物质的含量。

针对世博年世博牛奶热销的局面,相关专家表示,伊利的品质源于三大因素——三大黄金奶源的营养滋养,奶联社等管理模式的安全保障以及由奥运、世博等严苛检验标准的质量保证。综合看来,伊利通过系统化的奶源建设,形成了从草到牛再到管理及至检验检测的全环节合力优势,整个奶源已经成为一个稳固的系统化的链条效应,保证品质安全无缝隙。正因为这样,才使得伊利在奶源环节已实现了100%原奶可控,这也从源头上保证了世博牛奶100%安全,最终赢得消费者的100%放心。
晚报记者 高岩