

# 大城市的梦想

## 小人物

城市和家园,包含着每个人的梦想。  
 踩着都市越来越快的节奏,每个人都在用自己的辛勤和汗水,为这座城市留下着丝丝痕迹……  
 如果你愿意让更多人分享你的梦想、你的故事,请打67659999这个电话告诉我们。

“早饭吃嘛?午餐吃啥?晚饭吃撒?跟着我走,就对啦。欢迎加入美食探子,发现美食,请立即@微探店”。

一个专门给河南网友推荐吃饭地方的新浪微博账号,最近很火。

负责这个微博账号的女孩,叫闫洁,今年28岁。

她每天的工作挺简单,准时将推荐小店的名称通过微博告诉网友;但她的工作也很复杂,需要不停从网络和街头收集最新的美食小店。  
 晚报记者 常亮 文/图



# 哪个地方好吃不贵 她每天都和这个打交道

每天准点用微博告诉网友去哪儿吃饭,粉丝越来越多

工作

### “发微博、好吃的,好吃的、发微博……”

见到闫洁,和想象中差别很大。这位整天以品尝美食为工作的女孩,看起来特别瘦小,体重也只有86斤。

闫洁手上的动作很麻利,坐在她旁边,手指快速敲打键盘时发出的声音,让人感到眩晕。

中午11时29分,闫洁的表情越来越认真,她拿着鼠标的右手,开始不停在桌子上来回移动。

“好了。今天午餐推荐这个饭店,我去尝过,味道还不错”。

11时30分,“微探店”午餐时间,闫洁准时发布了新信息。

除了午餐,闫洁还会在每天下午的5时30分,向网友推荐晚餐店。

闫洁通过微博培养了很多美食“探子”,由于每次都需要向网友推荐不同小店,她每天都会坐在电脑前,不停向网友征集最新发现的美食信息。

面对美食“探子”提供的大量信息,闫洁也有自己的筛选标准,“除了好吃,性价比还要高,不适合大众消费的,不推荐”。

每个月,闫洁都会发布一条“征集令”,然后带着报名的网友,一起去吃顿免费“大餐”。“微探店”运营不到半年,闫洁尝遍了上百家小店的美食。

每天早上开始工作的时候,闫洁脑子里就会一直重复两句话:发微博、好吃的,好吃的、发微博……

情结

### “归属感、幸福感,让郑州成了我的家”

闫洁2005年毕业于中国传媒大学。毕业后,她像男孩子一样,先后在北京和上海闯荡。其实,郑州这个城市,对闫洁来说并不熟悉。

“或许是咱的省会吧,每次从外地回老家商丘,只要是路过郑州,心里就会有一种很强的归属感”。闫洁很爱笑,笑起来的时候,脸上会出现两个很深的酒窝。

2009年3月份,闫洁辞去了在上海干了2年多的工作,牵着老公的手,一起来到郑州。

“在郑州,除了上班时间,会有很多属于自己的空间。经常找朋友聊聊天,逛逛街,生活圈子很广的。”闫洁顽皮地竖起右手大拇指,“一个城市什么最重要?幸福感啊。”

现在,闫洁和老公在郑州有了一个属于他们的幸福之家,“归属感、幸福感,让郑州成了我的家”。

幸福

### “习惯打开电脑时,被网友一大堆留言包围”

2011年2月24日,闫洁难忘的日子。就在那一天,闫洁通过“微探店”发出了第一条美食信息。心里很忐忑的闫洁紧紧盯着电脑屏幕,看了一整天。看到第一个网友回帖的那一刻,她竟兴奋地跳了起来。

几天后,闫洁和同事一起组织了一场名为“美食记忆”的大型网友聚餐活动。

“小时候经常去的小吃店不见了”、“以前和朋友一起牵手吃饭的地方还在吗?”聚会中,很多能引起网友美好回忆的主题,得到了大家的认同。

活动结束后,几位为活动不停奔跑忙碌的同事和网友,竟累得蹲坐在地上。看到这一幕,闫洁幸福地哭了。

2个月后,“微探店”的粉丝达到了2000多人。

“微探店”越来越火,每天早上打开电脑,闫洁的思绪就立刻被网友的大量留言所包围,“大家的热情,总让我心里感觉甜甜的”。

愿望

### “开家咖啡店,发发呆、写微博,还能经常外出旅游”

除了美食,闫洁还喜欢旅游。

今年元旦,她和老公一起跑到泰国旅游。回来后,她总觉得不过瘾,又缠着老公,在五一假期的时候,又去了趟越南。

巧妙地把爱好和工作结合在一起,成了闫洁的一个梦想。

“选一个风景秀丽的位置,开家咖啡店,每天可以坐在店里发会儿呆,然后写条微博发出去”。闫洁笑得很甜,“当然,想旅游的时候,可以关上店门,背上包,立刻出发……”



闫洁(右二)经常组织网友一起聚餐。

## 国美10年影响河南

河南国美十周年庆典系列报道 之 北上新乡

2005年北上新乡开第一家旗舰店  
 现在拥有郑州周边市场40%的份额

# 河南国美“大郑州”战略峥嵘初现

一个圆,总要有圆心。中原城市群的圆心,是郑州。一条乘风破浪的旗舰,舰首的地位无可替代。随着以郑州为圆心的这个圆越画越大,河南国美这条大船也必将全速驶入更广阔的空间。2005年,河南国美高歌猛进,北上新乡,短短6年时间,依靠丰富的商品、实惠的价格、优质的服务使得国美在新乡已拥有平原路旗舰店、富达广场店、解放中路店。

晚报记者 樊无敌

### 将郑州周边家电价格拉低10~30%

2005年下半年国美进驻新乡,作为首家旗舰店,该店从二层至四层共计三层,营业面积达到近4000平方米。

国美的进驻,在新乡掀起一股强大的家电低价旋风,彻底颠覆现有家电经销商高成本、高利润的落后经营模式。随着近几年国美电器家电连锁取得突飞猛进的发展和骄人的市场业绩,公司已开始着力向中国富裕的二级城市迈进。

国美作为国美电器的一家全资子公司,在全国各分部中占有着极其重要的地位。自河南国美电器成立以来,郑州的家电业迎来了崭新的局面。十年的时间,河南国美就以其强大的实力,充分利用包销、定制、买断等独特的业务手段,将郑州家电市场的价格行情较以前降低了近10~30%,广大消费者也因此享受到了前所未有的实惠和便利。同时,国美推出的“彩虹服务”措施:800免费服务热线、80公里免费送货、免抬到家、电话回访、减久保障、家安保等服务工程,为消费者提供了便捷、周到的服务,并成为其他商家效仿的榜样,极大的推动了河南家电商业服务的发展。

国美在河南的发展将是长期化、战略化的。“植根省会,发展地市”是河南国美一项长期不变的方针。随着国美电器在全国的快速发展,河南国美前进的步伐也势必将大大加速。日前,河南国美已经吹响了大力发展地级城市的号角,其锋芒再次得以显露。

### 国美不断刷新家电业的各项记录

由于郑州地处中原的特殊地理位置,国内外知名商业企业无一例外都把目光放到了这个战略枢纽区域,郑州除了巨大的人口基数和庞大的市场总量外,其对企业的战略布局以及品牌的宣传效果也是任何企业所不敢忽视的。所以,郑州承担的不仅仅是贡献销售额,还承担着相当的象征意义。

国美2001年登陆郑州的,对于当时的国美来讲,只有依托极为周密的战略部署与雄厚的企业实力作为支撑才有可能生存。当然事实证明,国美不仅留了下来而且不断的刷新着家电业的各项记录,并最终成为了郑州家电领域的一杆标尺。

在当前郑州以及省内经济与消费环境提升迅速的情况下,国美也切合实际的制订了以“大郑州”为主线的企业战略规划。河南有着1亿的人口,消费潜力巨大,很多城市还有待开发,而政府着力建设的“大郑州”规划正好使周边城市获取了难得的发展机遇,国美将借此东风全面加快在二级城市的发展步伐,在“大郑州、大管理”的统一经营思想下,完成全省范围内的新一轮战略布点,形成以郑州为核心,以周边重点城市为支撑的覆盖全省的营销网络。通过国美所独有的规模、价格、服务等核心竞争力,迅速的占领各地市场,并最终达到拥有40%。