



十岁啦

忠诚促进十年发展

“要给自己寻求最好的发展机会”，这个观念已经被越来越多具有现代意识的职场人士认可，而对企业要有忠诚度的观点，却似乎正在被人淡忘。不少人以为，这两者相互矛盾。而在魏国羊肉汤的企业文化中实则不然。

正如魏国羊肉汤创始人王硕所讲，“无论跳槽去哪，首先就是要对企业有忠诚之心，然后再论其他。只有形式、没有‘心’的人在工作中是不可能做好的，遇到困难他们首先想到的是推给领导推给别人，而有‘心’的人，则会自己想办法解决，实在解决不了了将难题交给领导的同时也会给出几条解决建议；只有形式的人，往往是别人教一步学一步，甚至别人教了还不一定能学会，而有‘心’的人则会处处留心，往往无师自通；只有形式的人，工作很可能做一天和尚撞一天钟，没有长远计划，而有‘心’的人会制定短期目标、长期目标，还会想着如何创造性地工作。”

在魏国羊肉汤走到第十个年头的日子里，可以看到可喜的一面，正是这些老员工的忠诚于奋斗，才有了今天的快速发展，站稳了市场的脚跟，原先的老员工们如今也都当上了店长、主管。因此，在这些老员工的心理，“忠诚”绝不仅仅是假大空的口号，或是用其他的名头武装自己，他们明白忠于自己的岗位，忠于所服务的企业，这就是职业生涯走好了第一步。因此，若真想有一番作为，对企业忠诚度的问题，是进入职场后首先要端正的态度。

政一街店 65949337 农业路店 65740678 兴华街店 67935800  
郑东新区店 68097793 省电视台店 65753886 东开发区三大街店 86028977 政通路店 86155355 花园北路店 65553381 东风路店 63602266

凭单期报纸买一赠一(羊肉汤);凭六期报纸可到店领取50元现金券(任一家店均可)

一周消息

### “食品安全中原行”本月启动

7月6日下午，由北京红星二锅头和郑州电视台共同主办的“食品安全中原行”在郑州人民广播电台1号演播厅举行了启动仪式。郑州市工商行政管理局、郑州市食品药品监督管理局、郑州人民广播电台、河南酒店业商会相关领导出席了本次活动，并就相关食品安全问题做了讲话。全国50余家食品企业代表参与了本次活动，并作出郑重承诺。

据了解，本次活动持续3个月，主办方将通过举办食品安全中原行启动仪式，联合主流媒体共同关注，面向社会公开招募食品安全义务监督员、深入食品、餐饮行业名店考察，向听众推荐、调查暗访。媒体及社会监督员实地暗访，对有问题的企业追踪报道，并上报相关部门查处、解决。

贺荣凤

### 葡萄酒的新世界

在葡萄酒的世界里，有新世界与旧世界葡萄酒之分，区分的标准最早是从酿酒历史上区分的。“旧世界”主要指法国、意大利、西班牙等有着几百年历史的传统葡萄酒酿造国家。而“新世界”则指美国、加拿大、阿根廷、澳大利亚等新兴的葡萄酒酿造国家。

但是“新世界”里的如阿根廷等也有了上百年的葡萄酒酿造时间，所以在时间上新世界与旧世界葡萄酒的界限越来越模糊，目前更主要的是从口味和工艺上来区分新世界与旧世界葡萄酒。旧世界葡萄酒讲究“血统”，突出传统酿造工艺，越是手工酿造的酒越珍贵，旧世界葡萄酒还注重葡萄酒的本味，更具有酸涩的口感，新世界葡萄酒大量运用了现代化的生产工艺，产量大，但是味道更加香醇，口感更加饱满，通过现代化的手段最大限度地突出果香味。

美真

## 5月“相识” 6月“热恋” 7月“大婚” 大商、金鑫高调“闪婚”

昔日奢侈品名店变身珠宝楼



7月13日，大商集团和金鑫珠宝召开了战略合作发布会。

7月13日，河南商业圈和珠宝圈上演“闪婚”大戏，金鑫珠宝正式进驻大商8000平方米正弘店，双方战略合作发布会在郑州高调亮相。继2008年“嫁给”大商集团后，正弘又一次上演了自己的新故事，也掀起了二七商圈久违的波澜。

晚报记者 谢宽

### 事件：金鑫珠宝进驻大商正弘店

正弘国际名店，这个曾经的“中原首席奢侈品名店”，在走到第14个年头时，要彻底“变脸”了。

7月13日，大商集团和本土珠宝品牌金鑫珠宝联合对外宣布，金鑫珠宝进驻大商8000平方米正弘店，一度引领郑州高端消费风向的一线品牌将全部撤离，此举意味着，“中原奢侈品鼻祖”的正弘国际名店将不复存在，取而代之的是一座高端珠宝城。

在双方战略合作发布会现场，除了大商集团郑州地区集团总裁皇甫立志、金鑫

集团董事长年永安出席并发言外，行业协会高层人士及国内外珠宝大亨悉数到场。

“合作也是一种缘分。”皇甫立志这样解释双方的合作。据了解，双方的合作洽谈早在今年5月份就秘密进行了，6月份双方进入“热恋”阶段，7月份便修成正果，其联姻速度被业界点评为短、平、快。

据金鑫珠宝企划部负责人李治国介绍：“两个企业在河南都有很好的发展根基，并在珠宝经营上各具千秋。大商基于正弘店向珠宝上转型，金鑫欲在郑州第一商圈再度扩张，一拍即合，心有灵犀。”

### 分析：小体量难以迎合高端服饰品牌

正弘国际名店，这个以经营高端精品服饰起家的商场，曾是郑州乃至河南高端消费人群心目中的“金字招牌”，很多人就是在这个店里完成了高端服饰品牌的知识普及。

2008年7月，大商集团以收购方式把正弘国际名店纳入麾下。此后，有“中原奢侈品鼻祖”之称的正弘脱离地产商正弘，成为大商商业军团其中一员。

皇甫立志分析，正弘的面积小，在“大个头”云集的二七商圈，没有竞争优势。类似LV、GUCCI大牌来郑，动辄要求上千平方米门面，显然正弘早就满足不了大牌的胃口。

年永安也表示：“大店要靠规模和业态生存，小店必须走专业化道路。”然而它8000平方米的体量，做服装做不了全客层，但做珠宝足可以做成“河南珠宝第一店”。

### 影响：二七商圈从商场聚集地变身卖场

10年前二七商圈的商业竞争主要是亚细亚商场、百货大楼、商城大厦、华联商厦、天然商厦等几家传统百货的商战。

而如今，这种经营业态悄然退去，家电卖场、手机卖场、珠宝卖场、国美电器、五星电器、永乐电器、迪信通、天成银楼……偌大的“二七”广场似乎变成了一个“卖场大世界”。

河南省商业经济学会常务副会长宋向清分析说：“百货商圈成了卖场天下，是

市场细分的结果。在郑州商业发展的大格局中，二七商圈一直是一级商业中心，它不仅满足郑州本地人的购物需要，还要满足郑州周边城市以及到郑州来的外地人的购物需要。”

未来，正弘珠宝又该如何定位？年永安说：“肯定要继续高端定位。但是以卖场定天下的二七商圈，要想把正弘珠宝楼做好，最关键的还是走特色化之路，这个需要动脑子去研究。”

### 【新闻1+1】

#### 发布会上的双方 “犹抱琵琶半遮面” 大商+金鑫模式猜想

一场热闹的战略发布会，让一些细心的业内观察者发现了不少的看点。

#### 看点一：合作模式“向左”还是“向右”

一向以“组合型业态的聚集”著称，1+1+1>3捆绑作战模式的大商与卖场模式的金鑫珠宝联手，会走出何种模式呢？

按照金鑫珠宝的说法，在借助正弘店高端影响力定位高端与大众兼容的珠宝店，继续走与国美苏宁一样的大卖场模式，品牌化经营，卖场统一管理。

而另一边，大商认为这种深度的合作远不止这么简单，是联营、租赁还是其他一些新的模式出现还需要进一步商量。

#### 看点二：金鑫能否借助大商“跳”向全国

在年永安发布金鑫集团五大发展战略构想中提道：“本地区域做强，后图外埠发展；发展全国，打造珠宝连锁帝国，做国内珠宝行业管理领军品牌。”

而此次金鑫与大商的联姻，也被金鑫看作是实现金鑫梦想的第一波冲击力。年永安表示：“冲击全国市场，一方面要看双方合作的情况，另一方面则应该做好本土市场。”

而下一步金鑫的目标很明确，2011年郑州CBD1500平方米珠宝会所开业、2012年洛阳万达商圈37000平方米珠宝商场开业，同时会与大商在省内其他地市商业继续合作，组建珠宝卖场。

因此，我们大胆猜想，一旦“金鑫+大商”模式成功，那么金鑫珠宝走向全国市场已经指日可待。