

时尚 十年

我们当下所做的事情不只是经营一个品牌，更是在为中原人打造一种新的幸福生活方式。我们会以‘注重细节，追求完美，不断超越，真情回报’的服务理念，服务好我们的每一位客人。

改变视界，我们还需努力

宝视达眼镜(连锁)有限公司董事长 张鸿林

谈起从事眼镜行业，张鸿林认为，他最大的收获就是对视光行业进行了充分的调查认识。“所以，宝视达的下一步工作，就是以‘提升视觉质量，提高消费者生活品质’为目的，结合眼镜多样化的发展趋势，不断改进专业的技术，同时一定要加强对消费者的视光宣传和宣传教育，从而从被动消费转变成主动消费。”

“因为就目前来说，中国人口基数有13亿~14亿，有60%的人口都需要进行视力矫正，但是事实上进行矫正的人数还不到25%。”张鸿林说。所以，眼镜行业是一个可持续发展的行业。目前宝视达历经25年历史，已成为中国驰名商标，跻身全国眼镜零售行业的前3强。宝视达品牌于2011年5月荣获中国驰名商标称号，在眼镜行业树立了新标杆，这也是我为宝视达人的骄傲。”

对未来的眼镜行业，张鸿林有自己的见解。“目前在中国市场简单的视力解决方式离提升视觉品质和生活质量还很远。这些都是因为眼镜业整体的推动不够全面造成的。对于眼镜零售企业来说，我们的定位必须要与消费群体的需求相适应，不但要满足消费者现在的需求，还要关注他们潜在的未来的需求。这些都将成为新的市场的热点，也需要同行们共同努力，共同教育消费者，从而扩大眼镜市场。”所以，宝视达把品牌的价值观念定位为“我在改变视界”。

寄语晚报：晚报改版十年来，对行业的关注与宣传，沟通了企业与消费者之间的桥梁。宝视达与晚报的合作一直很好。值此晚报改版10周年之际，祝愿晚报越办越好，贴近百姓，宣传行业，希望我们与晚报的合作继续进行。



让温泉成为幸福生活一部分

江南春温泉度假酒店总经理 李轩

随着中原经济区的崛起，人民生活水平的显著提高。对脱离物质生活束缚向精神层面迈进从而寻求丰富生活体验的中原人来说，温泉服务业的产生发展无疑是一件契合与迎合并举的先进休闲方式。而江南春温泉，倡导“爱生活，爱温泉”的游闲生活方式，让这个中原人家门口的好温泉走在了时代与市场的前列。

李轩表示：“我们当下所做的事情不只是经营一个温泉，更是在为我们中原人打造一种新的幸福生活方式。我们会以‘注重细节，追求完美，不断超越，真情回报’的服务理念，服务好我们的每一位客人。”

10年对于个人是一份成熟与稳重，对于企业是一份中期发展规划，对于品牌则是一份品质与认可。江南春这个中原温泉行业标杆品牌

的着力点是让体验温泉成为人们幸福生活不可分割的一部分。李轩说：“我相信不管今后社会如何发展，人们对幸福生活的追求不会改变，而江南春只要能坚定不移地守着这个目标就一定能够得到大众和市场的认可。”

寄语晚报：

自江南春温泉成立以来，便与《郑州晚报》结下了不解之缘。在过去携手走过的岁月里，江南春温泉的每一次重大突破，每一个重大转折都有《郑州晚报》的见证。值此《郑州晚报》改版10周年之际，衷心希望《郑州晚报》更贴近百姓生活，越办越好，成为政府与百姓、企业与百姓更好的沟通桥梁。今后江南春温泉愿与《郑州晚报》携手引领打造我们中原人自己的游闲生活新方式！

健康专业是我们不懈的追求

广东佛山皇家丽美有限公司负责人 宋兴领

调整型内衣经过十年左右的发展，目前正处于高速发展阶段，随着生活水平的不断提高，人们追求生活的品位也越来越高，调整型内衣正以每年20%左右的速度高速增长。

宋兴领介绍，“皇家丽美”秉承了法国皇室品牌ROYALBEAUTY百年内衣制造经验，以世界五大顶尖纤维研究机构提供的38种不同弹性力度的纤维混纺织物为面料，并结合30多位资深设计师以及人体工程学、力学、美学等十几个领域的专家，通过潜心研究中国女性的生理骨骼结构特点精制而成。具有引导脂肪生长方向，将流失、移位、下垂的脂肪调整归位并加以固定，让多余脂肪消失的高科技功能。

目前公司集研发、生产、销售于一体，在同行

业内突出专业性、主打健康调整的理念，在同行业内独树一帜，获得了广大消费者的广泛赞誉，仅河南省内专卖店数量已近百家。

目前，在品牌推广初期，面临知名度不高、认可度低的情况，在《郑州晚报》等媒体的支持合作下，我们进行了产品的宣传和各种活动，获得了不错的效果，销量正以稳定迅速的态势上升。未来，皇家丽美将以更健康更专业的路线，将品牌和产品做好，为更多女性带来健康美丽的曲线。

寄语晚报：十年，时间上只是个数字的变化；十年，从小到大、从稚嫩到成熟；十年，与晚报一起经历风雨，唯有坚持，阳光就在眼前！真诚祝愿：《郑州晚报》越来越好！



做中原眼镜领军者

明视达眼镜有限公司总经理 杨阳

明视达作为温州商人在河南成立的标杆企业，是数百万温商的代表。谈起明视达的历史，杨阳坦言：“十多年坎坷艰险之路锤炼了明视达人坚韧不拔、忠诚不渝的性格。在行业内企业纷纷转行或多元化发展情况下，明视达仍高举专业旗帜，以感恩之心积极回馈社会，推动中原地区眼镜事业的发展为己任。”

“业内人士众所周知，中国眼镜产业虽然发展迅猛，已成为世界最大的消费和生产大国。但是产品结构不合理，以中低档为主，高技术含量、高附加值的高档产品不足；装备和工艺水准较低，设计和原创能力薄弱，虽然塑造了一批国内品牌，但尚无国际品牌。因此，中国要从眼镜生产大国变成生产强国，还有很长的路走。”对于国内的眼镜行业，杨阳认为，作为行业的标杆

性企业，明视达肩负重任。

据了解，明视达眼镜是河南眼镜连锁行业品牌的开拓者及领军者。在品牌上，未来3年内努力成为中国驰名商标；在销售上，立足河南市场，以每年5~20家连锁店速度开拓河南及省外市场。10年，将是眼镜行业大浪淘沙的10年，胜者为王，明视达一定会不负众望！

寄语晚报：明视达在郑州起家，一直致力自身品牌的宣传。2004年我们就选择与《郑州晚报》合作，广告效果很明显，《郑州晚报》的服务也做得很好。希望以后我们继续精诚合作，努力开创新局面，明视达有今天的成就，离不开《郑州晚报》的大力支持！

记者 万佳

