



品牌大考 谁将荣登金榜

“榜样中原 2012消费金榜”评选即日启动

三大活动助你评选消费标杆

即将过去的2012年,消费行业大事不断。为梳理年度消费行业轨迹,展望来年的业界版图,“榜样中原2012消费金榜”评选重装来袭。

此次评选设计三大主题活动,助你找到消费行业的标杆:2012中原消费行业高峰论坛,2012中原消费行业服务联展,《2012-2013年中原消费行业发展白皮书》发布。

重磅活动,期望能找到新时代背景下消费行业的新思维和新举措,勾勒出2012年度杰出人物、企业品牌,为社会和广大消费者树立“金生活、优消费”的崭新坐标。

评选即日启动,将持续两个月时间,并面向社会征集广泛意见;同时,第一消费将联动郑州19楼,新浪官方微博等渠道互动报道,阵容强大的专家导师团也将倾情助阵。评选将结合读者推荐、机构自荐、专家评审和大众投票。

聚焦民生 利用中原传媒集团评选平台,聚焦婚纱摄影、酒店餐饮、娱乐休闲、时尚珠宝、饮品奶粉、食品特产、烘焙甜品、白酒啤酒等行业。

评选典范 评选出年度行业楷模企业,表彰典范,让行业经典照亮品质生活。

聚焦热点 评选业界领袖人物、领军品牌,由本报第一消费精心打造年度评选活动,评选出年度行业楷模企业,表彰典范,让行业经典照亮品质生活、金色生活。 记者 熊维维

四度评选带你追寻消费榜样

2012年,“榜样中原2012消费金榜”将以全新的视角,为读者展现出婚纱摄影、酒店餐饮、娱乐休闲、时尚珠宝、饮品奶粉、食品特产、烘焙甜品等行业的全维景象。

我们将带领读者,通过四个“度”了解行业:1.城市消费对话的高度。专访品牌负责人、行业资深人士,为消费行业拓宽新思路。2.报网互动的参与热度。整合郑州晚报、郑州19楼网站、第一消费官方微博,全城探访郑州知名品牌,通过答卷、互动等形式,调查消费品牌在市民和专业人士眼中的知名度。3.消费行业过去和未来的报道深度。梳理今年中原消费行业的大事件,评选出十大消费事件。4.全员参与融合的温度。以读者、资深记者、行业协会人士等组成行业观察团,深入品牌,全方位展现品牌实力。

五大行动帮你寻找放心品牌

今年的评选将突出“权威、公正、深度、互动”四大特征。专家委员会和晚报监督员以及大众相结合进行评审,盲审、盲测环节的运用,是对公正评比的一个新尝试。传媒集群媒体平台的首次运用,将可使消费产品从原料分子到产品成型的全过程直播、再现。

同时,五大活动堪称为评比量身打造:消费安全问卷调查首度结合QQ、微博等新媒体手段,进行大规模的民生调查;消费者提问食企老总等活动,将邀请“晚报监督员”参与,成为遍布民间的暗访员和市民记者;消费安全论坛、走进生产现场见证,过去较少关注的婚纱摄影、休闲娱乐、烘焙品牌等领域,也将首次进入活动的评比范围;增设“入围榜单”,给企业更多的评比激励;全新推出的“晚报福袋,好礼迎新春”团购,将为大众奉献一次堪比电商“双11大抢购”的购物盛会。

奖项设置

2012最具发展潜力消费金奖、2012最具时尚感消费金奖、2012最具行业领导力消费金奖、2012最具社会责任感消费金奖、2012榜样中原十大消费品牌

入围品牌

(以下排名不分主次)

婚纱摄影:昭元 钟爱一生 上花轿 米兰 大自然 金夫人 丽致龙 简约主义 非凡 花嫁盛典 艾德

酒店类:郑飞国际酒店 郑州德亿大酒店 兴亚建国 瑞贝卡 新华建国 华美达 中州皇冠 开来大酒店 粤海大酒店 凯芙建国 黄河饭店 嵩山饭店 大河锦江 裕达 开封开元名都 光华大酒店 中都酒店 中油花园 鹰城鑫地 弘润华夏 天地粤海 锦江之星 兰亭 格尔酒店 三所(黄河迎宾馆) 逸泉国际酒店 雅乐轩酒店

休闲类:金水桶 千子莲 海城国际 百顺国际 富侨 足来足往 大浪淘沙 龙光 威尼斯大酒店 蓬莱阁 在水一方 纯水岸 风铃 可丽可心 京都薇薇 芙蓉美媛 澜琪雅闻 李双双美容 自然美 贝黎诗 芙蓉缘 秀域 长风美塑 品味女人 高丽名人 广诚 北京蔷薇 见云 于氏纤体 和园

餐饮类:金百万 合记 全聚德 仙味传奇 好世界 一景酒楼 大观园 鑫狮麟 解先生 西湖明珠大酒店 千岛湖鱼味馆 大鸭梨 成师傅大长垣美食 洛阳面馆 仲记 知青地锅 小南国 绝味鸭脖 老三界水饺 北大荒野生大鱼福 阿五美食 红高粱 川来布衣 大董烤鸭 魏国羊肉汤 金汉斯 金钱豹 豪客来 豪享来 捷农咖啡 肯德基 德克士 麦当劳 两岸咖啡 德宝御香苑 百年老媽 小肥羊 海底捞 小天鹅 鸿茂斋 如一坊 一点香 老庄火锅 京福华 优乐火锅 黄牛庄 鼎鼎红火锅 巴奴火锅 牧花园 草原兴发 二力涮锅 林记热盆景 李记红焖羊肉 连府肥牛火锅 百岁鱼 味食尚

珠宝类:金鑫珠宝

饮品类:娃哈哈 农夫山泉 统一 康师傅 雀巢 百事可乐 可口可乐 红牛 露露 王老吉 加多宝 六个核桃 蒙牛 伊利 花花牛 光明

奶粉类:贝因美 飞鹤 南山 雅士利 爱迪生 明一 多美滋 美赞臣 雅培 美素 圣元

食品类:徐福记 哈根达斯 云鹤食品 科迪食品 雪洋绿色食品 三全 思念 双汇 众品 胖哥 白象 天方 信念 黑元猪肉 紫燕百味鸡 绝味鸭脖 伊赛牛肉 月旺 亨氏 金龙鱼 鲁花 福临门 鑫苑油脂 多力 奥立弗(阳光油脂) 爱厨 海天酱油 欣和中味料酒 太太乐鸡精 莲花味精 佳隆鸡粉 方欣大米 迪一米业 金苑面粉 神象面粉

特产类:万家粮仓 盛田农业 富洋有机肉 天豫薯业 好想你 雁鸣湖蒜醋 蟹都汇 阳中大闸蟹 三阳大闸蟹

烘焙类:好利来 好嘉利 萨食品 九头崖 金门 饼家 香雪儿 仟吉 元祖 福晶园 陶老大 三色鸽 花花牛 85度C 面语新语 锦鲤坊



拨打评选热线,说出你心中的榜样

今年我们将提高读者的投票占比,希望让更多的读者参与进来。为此我们开启互动平台,拨打67655272、13673656790、18638929716、13939078392讲出你心中的榜样。

“榜样中原2012消费金榜”系列活动大幕已经陆续开启,第一消费相关专题即将推出,敬请亲爱的读者朋友继续关注,同时也可以给我们提出意见和建议,欢迎致电,我们期待你的参与。

白酒醉世界 文化需先行

推动白酒国际化进程已成行业共识

国际化还需文化先行

去年8月,五粮液选择在美国纽约时代广场中国屏上,推出了一个形象宣传片。而茅台又确立了“做世界蒸馏酒第一品牌”新的发展战略。除此之外,去年11月底,在英国,中国歌唱家谭晶携手瑞典钢琴大师罗伯特·威尔斯,唱响了“中国梦·梦之蓝相约伦敦2012音乐会”。一些白酒品牌已经试水国际化。

对于中国白酒的国际化道路如何走,业内人士基本有着一致的认知,白酒的本质是一种文化的载体,是以文化为导向,走国际化必然要用文化征服世界。11月2日,一场世界名酒论坛在郑

州举行,论坛的主题是“品鉴世界、对话百年”,论坛以名酒文化为出发点深入探讨了目前全球经济形势下国内外名酒品牌的现状与发展战略和中国酒业如何走国际化发展之路。

山西杏花村汾酒集团总工程师杜小威表示,中国白酒是民族的,也是世界的,文化是白酒非常重要的战略制高点,所有的中国白酒企业都应该结合自身的资源优势和目标诉求,以不同的形式反哺中华传统文化,只有将中华传统文化发扬光大,中国的白酒才能真正走向世界。

创新变革培育新理念

中国白酒要成功打入国际主流市场,还必须正视白酒独特的工艺技术及产品质量标准与国际消费市场要求的较大差别,通过创新和变革来解决产品创新、成分明晰、文化融合等问题,以适应国际市场的需求和规则。

同时,强调风味和传统工艺的白酒也应该在传承的基础上,适当进行创新,适应国外消费者的饮食习惯,创造出适应夜场消费和鸡尾酒方式的新兴白酒,既实现中国传统白酒的出口,又实现新型白酒的国际化,让西方人也能习惯饮用中国白酒。

除此之外,河南酒业协会会长熊玉亮认为,白酒国际化的另一个关键问题,就是消费者的培育和健康饮酒方式的改变。现在,50后是白酒的主流消费群体,而更多的80后和城市白领都把啤酒和葡萄酒作为首选饮料。因此,白酒企业文化应当开始去讲述品牌的情感故事和以诱人的口味和前卫思维去吸引年轻人。

从上个世纪90年代以来,国际化一直是白酒行业关注的热点问题,然而白酒的国际化道路可谓步履维艰。中国酒业如何在日益复杂的全球经济环境中不断创新,如何实现资源共享,如何进一步增进名酒企业之间的互动交流,更进一步定位消费者与名酒的文化联系,才是白酒国际化的关键。

记者 万佳