

爱在万达

郑州晚报单身派对系列活动之

她们,性感而不失知性
他们,成熟且不失幽默

6月29日,万人相亲会上见

“我就是要嫁个这样的好男人!”自上周五本报刊登了“爱在万达”万人相亲会招募稿之后,无数年轻的单身女性亲自来报名。“我就是冲着这些‘国企男’来的。”有女孩开门见山地说。

据了解,根据以往相亲活动中“女多男少、大海捞针”的局面,本次相亲会特别组织了电子、医药、化工、城建、汽车等众多知名企事业单位的单身男女集体参与,尤其是让“企业好男儿”组团来报名。这一优势,可以说是引燃了最近一段时间郑州相亲活动爆点。截至目前,报名者已经突破8000人。

“这将是近几年郑州最大规模的一次相亲活动。”郑州晚报商贸部相关负责人表示,6月29日联合郑州二七万达广场举办的“爱在万达”大型万人相亲会,不仅将在人数上创造同类活动的新纪录,还将在现场互动活动、参与者素质等方面有大的突破。

本次相亲活动将本着诚信、安全、尊重他人、公平自愿的原则,所有参与者在报名时必须如实填写个人信息。活动举办前,本报商贸部相关工作人员对参与者信息进行一一核实,旨在为大家提供一个真诚可靠的交流交友平台。按照惯例,派对现场不仅会为大家准备各种趣味互动游戏和丰厚大礼,而且平均速配成功率超过30%。

据悉,活动当天,适逢郑州二七万达广场年中庆。当相亲会遇上大力度的促销活动,相信届时二七万达广场将形成一片幸福的人海。

您想在那天遇见心中的TA吗?您想在今年“光棍节”前摆脱单身吗?还“单”着的朋友抓紧时间来报名吧,幸福就在眼前。

郑州晚报记者 王一品

报名要求:20~45岁,真诚寻觅另一半并向幸福婚姻的健康单身男女。

报名截止时间:2013年6月28日

活动地点:郑州二七万达广场

报名方式

1.现场报名:正常工作日的上班时间,可携带本人身份证前往陇海西路80号郑州晚报1楼西大厅商贸部进行现场报名。

2.电邮报名:报名者请把个人详细资料(包括姓名、性别、年龄、籍贯、身份证号码、常住地详细地址、工作地址、职业情况、收入情况、有无婚史、个人照片、联系方式以及个人相亲诉求等)发送至邮箱 zzwbsm@163.com。

3.电话报名:

0371-67655279

13837135112

18638929765

注意事项:

报名者请如实提供个人相关资料。本活动为公益活动,不收取任何报名费用。



一周酒讯

仰韶召开“阿米巴伙伴”全国招商洽谈会

6月19日,仰韶彩陶坊“阿米巴伙伴”全国招商洽谈会在郑州举行。

据了解,仰韶“阿米巴伙伴”是仰韶酒业整体营销体系的基础单元,其在公司战略思路的指导下进行自主经营,并享受公司全方位的指导、大力度的支持和全过程的服务。

本次招募的“阿米巴伙伴”符合企业2013“1+N”的战略思路,是现有经销商的有益补充。

对于“阿米巴伙伴”仰韶酒业将划分团购、流通、商超等渠道,并划分各自的市场区域进行运作。“阿米巴伙伴”是公司营销体系的新生力量,公司与现有经销商、阿米巴伙伴共同发力,相互联动,可以快速启动市场,快速覆盖终端,快速营造氛围,快速获得效益,从而实现厂商共赢、跨越发展的终极目标。

贺荣凤



自去年底至今,白酒行业刮起一场以价格为核心的轰轰烈烈的“亲民”风暴,各大名酒企业纷纷加大了对中低端市场的投入和开拓力度,各大酒商开始转战中低端产品市场,随之而来的是各种“亲民”营销手段,推新品、微营销、走文化路线等。

郑州晚报记者 万佳

推中档产品 玩转微营销
名酒走起“亲民”路线

异业联盟 创新营销

目前,面对白酒行业严峻发展形势和白酒市场更加激烈的竞争趋势,一线高端品牌销售受阻,而一些中档白酒品牌迎来了难得的发展机遇。

日前,针对中档市场和大众化产品的需求,西凤酒推出了2013年核心战略品种西凤古酒系列。与此同时,西凤酒还同河南盐务管理局下属企业河南豫盐酒业公司达成战略合作。

陕西西凤酒集团股份有限公司总经理徐可强

表示,西凤酒在当前这样的宏观大背景之下,选择与河南盐业系统的强强合作,就是希望以新的思维、新的视野、新的模式进行行业探索和尝试,逐步走出白酒行业传统的发展模式。

河南盐业局长赵启林说:“河南盐业肩负河南省亿万百姓的食品安全重任。我们将用盐业局的公信力选择‘放心酒’,选择‘老百姓喝得起的中国名酒’。”

瞄准父亲节 玩转微营销

目前,伴随新媒体的发展与进步,不少豫酒品牌也与时俱进,开设官方微博,与消费者互动,还有一些品牌推出微电影作品,白酒的“微营销”时代正渐行渐近。

就在上周父亲节,杜康的第三部微电影作品《隔壁的父亲》在郑州首映,这部微电影既是杜康为天下父亲量身定做的节日礼物,也是借此代表天下儿女表达对父亲的致敬之情。

早在去年父亲节时,洛阳杜康控股有限公司就曾投资拍摄一部微电影《父爱》,成为中原酒类行业率先试水微电影营销的白酒品牌。

据了解,早在父亲节的前半个月,杜康就已经围绕“为父亲送健康”为主题,开展买赠促销活动,还在网络与郑州晚报联合发起“酒祖杜康杯”2013父亲节微家书大赛,发动网友向父亲说出心里话,引起了全国数百万网友的情感共鸣。

文化宣传 深入人心

书画艺术与酒文化同为我国历史悠久博大精深的代表,不少酒企选择与书画展等独具文化特色的活动结合,作为一种别具匠心的营销模式,使白酒文化深入人心。

日前,由中原书画院和四川泸州老窖股份有限公司河南总代理共同举办的“中原书画院建院二十二周年暨书画艺术与酒艺术高峰论坛”在郑州举

行。此次活动以书画为媒,邀名人雅士聚中原,借美酒达意,抒天地人和盛世情,同考文化源,共唱中国梦,为中原文化的对外交流与发展起到积极的推动作用,也再次成为绿城郑州的一道亮丽艺术风景线。泸州老窖相关负责人表示,希望通过类似这种赞助活动,把文化作为企业发展的基石,把弘扬国粹文化当做企业肩负的社会责任。