

牵手

郑州晚报

南方都市报

战略合作

周年

别为月饼挑花了眼

选购中秋礼盒,请先看看本报的优品推荐

推荐 1 元祖雪月饼



虽然距中秋节还有一个多月,但各大月饼品牌已经推出了诸多新产品。今年月饼延续了去年包装简洁、价格亲民的特点,在营销方式上除了店内“吆喝”外,“微营销”方式受到热捧。那么,面对琳琅满目的产品,该如何选择几款适合自己食用或走亲访友的月饼礼盒呢?不用着急,自本周起,本报将陆续为您推荐一些物美价廉的品牌月饼。 郑州晚报记者 王一品

畅销多年的元祖雪月饼,总能为炎炎夏日带来一丝凉爽。今年也不例外,元祖再次推出了畅销台湾30多年的雪月饼。

雪月饼采用香脆且富含奶香味的台式煎饼皮,内含扎实绵密的冰淇淋,酸甜草莓、香浓芒果、醇美夏威夷果,充分展现今年中秋雪月饼的绝佳风采,冰火交融,奇妙无穷。

精选原料、精心制作、严格检查、全程冷链,是人们选择元祖雪月饼的四大理由。据悉,元祖雪月饼保存和运输的全程温度都控制在-18摄氏度。另外,还贴心考虑到消费者自行提送过程中的保冷,特别选用-78摄氏度的食品级干冰紧密守护心冻甜品。

推荐 2 仵吉奶黄月



仵吉今年主打的吉士奶黄月,精选进口奶油,包裹香甜蛋黄,传承香港中式点心的经典风味。最温馨的是,除了推出一盒159元(8枚)的亲民礼盒外,还特别上市了32元一盒的体验装(2枚),以便让更多人品尝到醇香的奶黄月。

据了解,精准定位时尚达人、年轻白领为主要客群的仵吉,今年在“微营销”上取得成功,并携手孙燕姿克卜勒演唱会郑州站,为更多忠实顾客真挚奉上2014年的中秋好礼。

推荐 3 香雪儿蛋黄酥



香雪儿的蛋黄酥月饼礼盒,是多年来广受消费者好评的最佳产品之一。产品选用特级红豆细细研磨,软糯香甜。红豆馅裹着洪湖边散养鸭子所产的优质鸭蛋黄,沙香出油。外表包有一层层香酥薄脆的饼皮,轻咬一口,唇齿留香,给味觉带来快乐的体验。

纯手工制作、色泽金黄、酥松、味咸鲜香……这就是让人垂涎的香雪儿蛋黄酥月饼。数年来在品牌中保持着销售冠军的它,代表了香雪儿的实力与魅力。更关键的是,该产品属于纯绿色食品,营养丰富,深受老人和孩子喜爱。

消费快递



300余郑州百荣商户组团参加上海百货会

受中国日用百货商品交易会组委会的邀请,郑州百荣世贸商城组织市场300余名商户参加第108届上海百货会。7月28日上午,着统一郑州百荣世贸商城 Polo 衫的300余名郑州百荣世贸商城买手团在上海新国际博览中心南广场聚集,统一队形、整体排队进场的场面,吸引了四周观众的围观,很多人纷纷拿起手机拍照。

在展会现场,组委会茹姓负责人告诉记者:“第108届上海日用百货会共邀请10余家在全国具有极高知名度的市场参加。其中,来自中原腹地的郑州百荣世贸商城是本届上海百货会最大的专业买手团,组委会非常感谢郑州百荣市场管理方的努力,并期待和郑州百荣在今后能加强合作、实现更大的双赢。”

采访中,郑州百荣世贸商城营销负责人告诉记者:“郑州百荣世贸商城非常重视与上海百货会组委会的合作,通过组织商户参加全国知名、展品丰富的大型展会,可以为市场商户拓展更好的上游品牌资源,让商户的生意做得更好。同时,展会上在展会现场的南广场设户外广告、在E4馆设展位,也是为了进一步提高郑州百荣世贸商城在全国的知名度和影响力,在谈判中能争取更大的话语权。”

郑州晚报记者 张国庆

康宝莱:不畏对手,不惧挑战

近日,全球领先的营养与体重管理专家康宝莱国际公司在南京宣布,将在南京建造全球范围内首屈一指的产品生产基地,供应康宝莱中国市场。

康宝莱首席运营官顾礼诗(Richard Goudis)、康宝莱全球首席运营行政副总裁裴大伟(David Pezzullo)以及康宝莱中国区总裁李延亮接受了媒体访问,并为康宝莱(中国)未来发展做出新注解。

看好中国市场,投建新工厂

在意向书签订仪式现场,康宝莱首席运营官顾礼诗表示:“目前康宝莱(中国)发展稳健,因而我们更加重视建造充足的基础设施,以满足我们当前以及对未来预期的需要。”

康宝莱第一个在华投资的工厂于1999年设立于苏州工业园区、第二个湖南长沙康宝莱蕾硕(湖南)天然产物有限公司则是于2012年落成,同年,康宝莱还对苏州工厂进行了扩容改造。康宝莱(中国)在2013全年和2014第一季度都有不俗表现,2013年中国市场增长了近60%,而2014年第一季度更是创纪录地增长超过90%。

对此,顾礼诗表示:“在中国面临的机遇让我们感到非常振奋。”他认为,中国拥有众多消费者,而随着中国的快速发展,中国的中产阶层会不断增多;同时,中国也正处于向工业化转型的时期,越来越多的中国人从农村转到工厂、办公室工作,这意味着人们活动的时间越来越少。此外,中国人还正在食用更多的深加工食品。这些因素都会促使人们去更多地选择健康的代餐产品,康宝莱的市场需求也会不断增长。

正因为前景非常乐观,康宝莱才在时隔两年不到的时间又在中国投资建立新的工厂,而康宝莱位于南京的新厂将更多地供应国内市场。据介绍,为寻找合适的厂址,康宝莱先后前往8个不同的城市,参观了13个工业园区,最终选择了南京。在未

来数年内,经董事会批准后,康宝莱将为该生产基地投入巨资,并预计于2015年底投入使用。康宝莱表示,公司已经为工厂的二期扩建做好准备。

好产品是公司唯一明星

在刚落幕的世界杯中,一共有7位康宝莱赞助的运动员参与了本次体育盛会,其中包括世界足球先生C罗。据介绍,康宝莱在全世界赞助了200多位运动员和运动队伍,其中包括许多冷门项目的运动员,而挑选这些运动健将的唯一标准就是他们认可康宝莱产品。

“我们公司唯一的明星就是产品。”顾礼诗介绍,康宝莱赞助的运动员会帮助康宝莱改进公司的产品,“他们使用产品,并及时将信息反馈给康宝莱。”为了保证这个“唯一的明星”始终夺人眼球,康宝莱做了许多工作,其中最著名是康宝莱“种子到餐桌”的计划,即每一份产品,从一颗种子到被消费者食用,康宝莱都会对其进行严格的监控和记录。

“以康宝莱24这款产品为例。”康宝莱全球首席运营行政副总裁裴大伟介绍,“康宝莱24是康宝莱与众多运动员共同开发的一项高端的产品,它让运动员在24小时之内保持良好的状态。作为能够在比赛中食用的产品,康宝莱除自检外,还送至美国NSS机构进行检测,后者的检测报告被包括世界足联在内的体育机构认可,确保康宝莱的产品安全可靠。”

康宝莱中国区总裁李延亮补充道:“康宝莱产品在中国的生产过程中也遵循一个国际GSP标准,以此保证使用的都是最好的原材料。在产品方面,我们会研发一些适合中国消费者的产品,比如消费者冬天喜欢喝热一点的产品,我们将推出一款罗宋汤口味奶昔。在企业本土化的过程中,会有更多符合国内需求的产品被研发出来。”

重装后永乐二七店开创3天销售4250万元的纪录 今日至周日 二七店再让利3天



7月25日,永乐电器二七超级旗舰店在重新装修后正式亮相于郑州二七商圈,据悉,永乐二七店开业3天销售4250万元再次刷新中原家电市场单店开业销售的新纪录。 郑州晚报记者 樊无敌



优惠席卷全城

进入7月以来,随着二七广场超级旗舰店的开业,秉承二七店品类丰富、动感时尚、极具国际范儿等特性,永乐各品类大手笔促销。数百工厂老总纷纷鼎力助阵及市民的购物热情,助力永乐二七店今日至8月3日将再掀起一场空前的家电风暴。

“活动期间为消费者准备了大手笔豪礼、大力度返券、万人团购、海量特价机抢购等超震撼优惠让利,而且部分商品在开业让利的基础上还可以另享额外优惠。”河南永乐电器总经理王巍介绍说,开业期间近千万的让利资源,配合5000台特惠机全面奉送,将绿城商圈整体家电价格拉低20%以上。单品“满800送200”,最高送6000元积分;套购满额送iPhone 5S一部。

8月1日~3日,无需购物来就送精美礼品;单品“满600元”送电水壶或电饭煲一个,单品“满1600元”送电磁炉一台;套购满3600元送电压力煲一个,满8600元送32英寸液晶电视一台,满26000元送3000积分。与此同时,活动期间购物绿色通道、VIP顾问式导购、家电的快速送装等服务也已全部到位。

彩电低价再“革命”

“本周末,永乐彩电将迎来空前的降价力度,彩电价格以低于市场均价20%~30%让利消费者。”王巍指出,“针对目前市场上颇受消费者追捧的智能大屏和4K电视,永乐也给出了空前的让利,48英寸液晶电视仅售2698元,40英寸液晶电视仅售1899元,55英寸智能液晶电视仅售3598元。”

王巍说,从消费趋势的角度看,2014年上半年永乐彩电销售额同比提升4.6%,尤其在智能电视方面提升了20.4%,永乐渠道购买智能电视的占比已经从2011年的8.8%迅速跃升到了2014年上半年的76.2%,智能电视将成为未来的消费主流。永乐作为国内彩电销售主渠道,2014年下半年将继续在渠道、体验、产品、价格四方面强势出击,协同整个产业链,一方面增加消费趋势洞察,通过C2B反向推动制造商一起挖掘电视市场新的增长点;另一方面,通过大单采购整体拉低智能电视价格,大力推进智能电视的普及,将消费者重新拉回“客厅新视界”。