

抢客“双十一” 实体店动起来

同样优惠比网店更有优势,市区不少商场已开始做促销

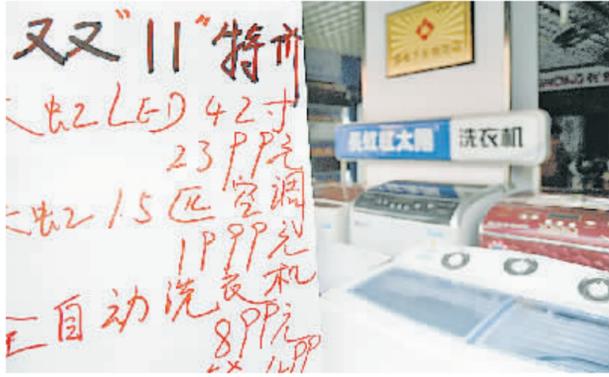
见习记者 潘露

昨日,记者走访了解到,距离“双十一”还有不到7天时间,我市各大商场、超市等也不甘沦为配角,也开始了“双十一”的活动。实体店店主表示,如果和网店搞一样的折扣,那么实体店更占优势,他们力求利用“双十一”打出自己的品牌。

商场超市纷纷搞促销

昨日,记者在大商新玛特看到,多家店铺纷纷打出服饰5折起、女鞋4至7折的促销广告,黄金商铺更是以最高每克直降60元的超值活动吸引消费者。而大商集团的工作人员杨倩告诉记者,还有比这更加实惠的活动:“大商集团将在11月8日上线大商天猫网,把线上网站、线下店铺连接起来,推出118只黄金狗作为每日秒杀的奖品,以0利回馈消费者。”

有的商家虽然没标出是针对“双十一”的促销活动,但是促销时间很巧合,也被认为是“双十一”活动。记者在京港超市家电专区看到,家电经销商针对电风扇、空调等取暖电器做出了降价优惠;位于团结路的傻子超市则把“双十一”期间的促销商品摆放在了醒目的位置。



商品大世界长虹专卖店的促销活动展示牌。 本报记者 崔坤摄

也有的商场并没有专门就活动时间和内容作出介绍,但是商场内的各个专柜都按捺不住,针对旧款商品推出了打折、清仓活动。在丹尼斯百货内,记者看到,各个知名品牌的鞋店都推出了打折促销的活动。

家居装饰商“双十一”活动纷呈

家居、装饰商家也不甘落后,开始使出浑身解数寻求销量递增的突破口。作为厨卫行业领导品牌的华帝橱柜即将在“双十一”期间投入运营华

帝微商店,并爆出多款特价商品吸引消费者。“双十一”活动气氛比较浓郁的当属中意建材了。记者在中意建材的新中源陶瓷店看到,流动字幕上的宣传标语非常抢眼:“双十一来了!优惠价提前享……”

实体店较网店更具优势

对于“双十一”购物,是选择实体店还是网店的问题,正在商场挑选衣服的市民窦晴回答说:“我以前‘双十一’都是在网上购物,这几天到实体店看了一下,打折、优惠幅度比较大,与网上的价格差不了多少,再加上实体店里的质量、售后等方面比较有保证,所以我今年会选择去实体店购买。”

记者采访发现,今年不少商家采用了“早、准、狠”的战略,一是抢在11月11日之前大搞活动,在时间上领先一步,二是与合作的厂家联合,打出直销、团购和套餐购买的方式,将优惠力度保持和网店不相上下,甚至更低。另外,实体店还将推銷的重点瞄准在售后服务上面。部分市民还表示,“双十一”时网店有时候会先涨价再打折,如果实体店和网店同时搞活动,他们当然更愿意选择实体店的商品。



简讯一束
JIANXUN YISHU

睢县

党政一把手接受经济责任审计 被提审计整改建议81条

本报讯(记者 黄业波 通讯员 曹岩 王性松)今年以来,睢县审计局创新工作思路,对照“四风”调整充实了经济责任审计内容,先后对24个单位、27名党政“一把手”进行了经济责任审计,提出审计整改建议81条,已全部被采纳,有力地促进了该县领导干部依法行政、勤政廉政。

对照形式主义、官僚主义、享乐主义、奢靡之风,睢县审计局分别对经济决策效果、经济决策过程、公车配备等方面是否符合有关规定、“三公经费”等进行重点审计,查看领导干部是否热衷于搞“形象工程”、“政绩工程”,是否弄虚作假,编造统计数据,骗取国家专项资金,挪用民生资金。查看领导干部是否科学决策、民主决策,重大事项是否经过民主讨论、是否向社会公开征求意见、有无独断决策行为。有无好大喜功、讲求排场,乘坐超标车辆、使用豪华办公室、办公用品和公款报销私人费用等问题。该县审计部门同时对会议费、差旅费、维修费、办公用品购置及资产购置费进行认真审计,是否严格按照中央八项规定要求,有无奢侈浪费行为等。

宋城办事处

提前俩月完成全年财政收入任务

本报讯(胥子魁 李伟)今年前10个月,睢阳区宋城办事处公共财政预算收入达到9226万元,为全年预算的103.9%,比上年同期增长38.9%,提前两个月超额完成全年任务。

近年来,该办事处紧紧围绕财源建设这条主线,狠抓经济建设,以产业规模做大做强突破口,以招商引资壮大经济总量,以项目建设带动经济增长,确保了财政收入高速增长。

加大招商力度,大力培植税源。该办事处全力承接产业转移,努力营造发展氛围,引进了信华城、香樟公馆等一批税源强势项目相继落户。至10月底,该办事处财政收入完成9064万元,比上年同期增收2518万元,增长38.5%,占公共预算财政收入的比重达98.2%。

优化产业链条,增强发展后劲。该办事处华润雪花啤酒、天福隆混凝土搅拌公司等重大项目内生增长能力不断增强,纺织服装、鞋业制造等产业均保持了平稳较快增长,为财税增收提供了持久动力。至10月底,主体税种共完成6876万元,同比增长44.5%。

健全工作机制,强化财税征管。同时,财税部门以增收作为财税工作重心,加强收入形势分析预测,积极整合部门力量,形成保税、护税工作合力,抓好重点税种、重点行业和重点企业的税收工作,确保应收尽收,为办事处财政收入稳步增长提供了有力保障。

花园乡

“五包”“五定”保稳定

本报讯(闫磊)近日,民权县花园乡采取“五包”“五定”措施,做好信访稳定工作。

“五包”即包调查,要求办案人员详细阅读信访材料及相关资料,理清信访问题事实、准确、全面掌握情况;包处理,与责任单位一起对解决问题的思路和方法进行认真研究,明确解决问题的办法,对特殊问题用创造性思维妥善解决;包协调,加强与有关单位的协调沟通,确保问题及时妥善处理到位;包督查,随时掌握问题解决的进展情况,积极督促化解到位;包稳控,认真督促责任单位落实稳控措施,健全应急预案,确保问题控制在花园,重点人员稳控在花园。“五定”即定领导、定方案、定专人、定质量、定时限的责任措施,务求事件有着落,处理有结果,事事有回复。

夏邑县水利局 驻村干部 热心助民 修桥忙

夏邑县会亭镇冯楼村东南的一座桥梁由于年久失修,已成危桥。该县水利局驻村干部刘涛走访得知这一情况后,及时向局党组反映,局抽调技术人员进行勘查,并协调资金近15万元,对该桥进行重建。目前,该桥已建成通行。刘奇峰摄



冷谷红：一种情缘逐梦想

本报记者 司玉荃

外面,好像鸡又叫了。伏在电脑前的耿红伟站了起来。他朝外望望,一片晨光映照在窗口,时间显示的是早上6点多。

不知不觉,又一个夜晚过去了!对他而言,这样的不眠之夜不知道有多少个了——他就是这个习惯,一旦全身心地投入工作,就忘了日落星出,达到废寝忘食的地步。今天是2014年10月26日,星期天。经过一夜的劳作和思考,他对“冷谷红”葡萄酒之定位有了更大的外延,而在这外延下,是更丰富的内涵:中国红,冷谷梦!

尽管一夜没睡,有了这个定位,他感到浑身都是劲儿。走出门,眼前是一个园子,里面种植的是各种葡萄及珍稀花木,散发的淡淡清香在空气中弥漫着,给这个深秋的早晨带来别样的意味。

东方,一抹曙光挤破天穹,不一会儿,红彤彤的太阳喷薄而出。对着东方那片红,他不禁联想到“冷谷红”的颜色与旭日一样,真好,真好……兴许是天意,这一辈子他恐怕与“红”有一种不能割舍的情缘:他的父母在1958年民权葡萄酒厂初建之时,就成为第一代“民权红酒人”,为民权葡萄酒事业的发展付出了他人不可想象的汗水和辛劳,还有智慧;他和姐姐就出生在民权葡萄酒厂家属院,父母给他和姐姐起的名儿,中间都带个“红”字,其意可想而知。自从他记事起,父母都是早出晚归,回到家带的都是一身葡萄酒的香味儿……

那时,生活条件差,一两油一斤面都要精打细算。父母对他们的教育就是从小事开始,让他们懂得美德是从点滴之间开始培养的,如果从小放纵溺爱,那只会毁了一颗棵好苗子。特别是在怎样做人方面,父母的一言一行都是他们做儿女的楷模和典范,是他们最好的启蒙老师。父母最为重视的是让儿女要有自强不息的意识:“自己的事自己做,还得做好——这是做人的根本!”

就是有了这种“红色基因”,他和姐姐传承了一种吃苦耐劳、锲而不舍的精神,或者说,这种精神来源于严格的“家教”。记得他还在上小学时,因为父母工作忙,他和姐姐谁放学早谁做饭、做家务,真是“懂事的孩子早当家”。放寒暑假时,他和小伙伴们有时偷偷溜进厂区,看着一车车葡萄酒运往全国各地,他的内心充满了自豪感,因为那一瓶瓶美酒正是父辈们辛勤劳动的成果。于是,在他幼小的心灵里,一个梦想油然而生:长大后,我也要和大家一样造好酒,让世人都喜欢我酿造的葡萄酒!

随着年龄的增长,他的知识面越来越宽广,比起同龄人,在为人处事方面,他显得更沉稳和成熟。厂里的老人不止一次夸赞过:“这孩子别看话语不多,心里有,将来会有大出息!”老人的话

在时间的流淌中得到印证。17岁那年考大学,为实现儿时的梦想,他填报的是酿酒专业,毕业后即分配到民权葡萄酒厂,从事技术和营销工作,四年后任民权县葡萄酒厂纸箱厂厂长。在老厂的那些年里,他得到了历练,增长了才干。可那个梦想随着众所周知的原因似乎要远离他而去。

作为民权葡萄酒的第二代传承人,耿红伟望着那熟悉的厂房和长出荒草的大院心如刀绞,夜不能寐……

民权是他可爱的故乡,他就出生在这里,成长在这里,是喝黄河水长大的。这里地处黄河故道腹地,北纬35°,四季分明,物华天宝,人杰地灵,是庄子故里、兄弟状元之乡、葵丘会盟之地,享有“中原绿洲”美誉,文化底蕴十分厚重。上世纪五十年代初,黄河故道两侧还是黄沙遍地、盐碱如霜的不毛之地。在那个物质极度匮乏而又激情燃烧的年代,为了防风固沙,勤劳的民权人开始大量种植葡萄树。经过多年的辛勤耕耘,遍地葡萄郁郁葱葱,自然环境得到改善,昔日的黄泛区变成了一片绿洲。为响应国家第二个五年计划治理黄泛区的战略,也是为了给葡萄酒产业找一条出路,当时在国家轻工部的扶持下,第一代民权葡萄酒人肩负重任,克服重重困难,建成了国营民权葡萄酒厂。之后,经过多年不懈地努力,民权葡萄酒先后荣获“中国名酒”、“巴黎国际博览会金奖”等多项国际、国内大奖,蜚声海内外……

那是过去了,而今需要重起炉灶,酿制带有黄河故道特色的美酒。

为奠定基础,他首先创建了河南省宏伟彩印有限公司,接着于2004年创建“冷谷红”葡萄酒有限公司,任总经理。公司一创建,原老厂的技术骨干和职工纷纷上门应聘,因为他们也有与耿红伟一样的情缘。他们之所以重聚于耿红伟的身边,还有一个重要的因素,那就是看中了他的人品和人格。

耿红伟在朋友中间和业内,口碑甚佳:“耿直豪放、有情有义”,“是个人物”。他做人恭谦低调,做事认真细致,有始有终。与他的姓一样,他的个性中有秀木之刚直和向上,有石头之坚实和坚韧,有红火之热情和热度,对认准了的目标和事业不舍不弃。他办公室里挂着一幅字就是旁证,那上面是四个隽秀的大字:永不言弃!他喜欢石头,在厂区、在车间、在办公室,都可以看见大大小小、奇形怪状的石头,衬以珍木花草,就有了令人遐想不已的空间,也有了对他高雅兴趣和爱好的印证。

2006年,他又创建了永生堂饮品股份有限公司,任董事长,至此“河南省宏伟实业有限公司”完成了资源重组、产业整合,成为民权的一个有实力的民营企业——“宏伟号”终于载着一种情缘驶向梦想的彼岸!

其实,“冷谷红葡萄酒”的品牌及商标源于民权。民权早在十多年前,就着力打造“中国制冷产业集聚区”,受到中外专家学者的高度赞誉,被称为“中国冷谷”。而“宏伟实业”就坐落在“中国冷谷”核心区域、民权高新技术产业开发区。因此,“冷谷红”紧扣住这个主题应运而生,使其有了鲜明的个性。有了这种个性,就有了民权的气质、民权的颜色,也就是有了一种涵盖:聚集黄河故道之灵气,汲取天然葡萄之精华,融汇千年庄子之文化,给力振兴我们这个伟大民族之梦想!

从字面上理解,也有其含义:冷,清凉也,傲视群雄也,意料之外之惊喜也;谷,生存也,甘泉喷涌之地也;红,喜庆也,成功也,红红火火兴旺发达也。冷,趋于静;谷,引之上;红,向与善。“冷谷红”组合起来,寓意和谐向上,喜庆叠加,事业红红火火,家庭美满幸福,永不言弃,梦想成真,大富大贵也!

人生中有坎坷,事业上无坦途。正当“冷谷红”顺风顺水走向广阔的市场、被消费者青睐之际,2007年央视在“每周质量报告”中对民权一些小酒厂用“三精一水”生产葡萄酒的情况进行了曝光,使“冷谷红”也受到了“株连”。

面对这种形势,他挺直腰板说,咱“冷谷红”不怕冷,就怕咱心里凉,就怕咱做不好、做不到!他不止一次强调,质量就是生命,产品就是孩子,对孩子要“严管深教”,不能带一点点毛病出这个门,不然的话,挨骂的是我们这些人!

“冷谷红”挺过来了,“宏伟实业”挺过来了,随即而来的是荣耀:2008年初,他当选为河南省第十一届人大代表;2013年,他又连任,成为河南省第十二届人大代表。之前,30岁时他就是商丘市人大代表。

作为人大代表,就是要为人民做好产品,就是要为人民信得过的产品,创造一种民族品牌。实践证明,“冷谷红”葡萄酒以品位高雅、品质精良,具有醇厚的酒香和优雅的果香、酒体圆润和谐、回味悠长、包装精美等特色,先后荣获大别山绿色农产品博览会金奖、中国农产品加工业投资贸易洽谈会金奖、河南省著名商标。公司成为河南省农业产业化和林业产业化重点龙头企业、河南省十佳科技型最具创新力示范企业、河南省诚信企业、河南省“AAA”级信用企业、ISO9001:2008质量体系认证企业。耿红伟常说,人民选我们当代表,就是对我们的信任,我们不能把老百姓的信任仅仅当作荣誉,只在会议上举举手,更重要的是我们要当好老百姓的代言人,倾听民声,表达民意,参政议政,实施监督。人民选我当代表,我当代表为人民。于是,他每年都要围绕发展大局,深入实际,调研、思考,把主要精力用到履行人大代表职责上。6年来,他不断在践行自己的



中国民权冷谷红葡萄酒有限公司董事长耿红伟近照。 本报记者 崔中义 摄

诺言。2009年,他针对民权葡萄酒痛失“长城”商标,致使民权葡萄酒业一落千丈、风光不在的惨痛教训,提出了组织实施发展河南名牌战略的议案。当年,他在小组讨论会议上就名牌保护战略内容的发言引起了省委书记、省人大主任卢展工的高度重视,当场与他进行交流、探讨,并要求有关部门进行研究落实。

2011年,他又针对黄河故道区域适宜种植优质酿酒葡萄的实际状况,提出了建设黄河故道生态经济带民权葡萄酒基地的建议,得到省政府的高度重视,被写入河南省十二五发展规划。2013年,他提出了支持高新技术产业开发区建设的建议,2014年,他提出了加强河南葡萄酒公共技术研发设计能力建设和调整对农业产业化龙头企业贷款扶持政策范围的建议,这些建议都得到了有关部门的采纳与回应。

耿红伟认为,当省人大代表领导高看,群众信任,我们不能因此而忘乎所以,无所事事,跟着跑跑,只做样子,不动脑子,拿不出独到的像样的意见,要用我们参加活动多,了解情况多,能够下情上达的优势,做一些实实在在的工作,办一些看得见摸得着的实事。

2008年年初,在县人大组织的视察企业活动中,民权葡萄酒因个别小酒厂被曝光受到严重影响和冲击的情况引起了他的关注,他利用到河北昌黎出差的机会对当地葡萄酒生产进行考察,回来后迅速写出考察报告,向县委、县政府提出了创建民权葡萄酒节,以此扩大民权葡萄酒影响,树立民权葡萄酒形象的建议,很快得到县委、县政府领导的同意。随后,他以民权县葡萄酒协会副会长的身份,制订方案,组织动员企业,在重庆全国糖酒会期间举办了第一届民权葡萄酒节,重新展示了民权葡萄酒的风采,产生了良好的社会效果。

接着,他又根据葡萄酒生产企业的需要,向县委、政府提出扩大葡萄酒种植面积的建议,得到采纳后,他组织企业培育葡萄苗木,于第二年免费提供给农户种植,为有效缓解葡萄酒生产的原料问题奠定了基础。

与“冷谷红”一样走红,几年间,他的社会兼职和获得的荣誉称号多达几十个。为保证质量,尽管有了那么多头衔和荣誉,

他和公司全体员工匠心沥血,不敢有一丝一毫的马虎。他们筹资引进了先进设备,重金聘请高级技术人员,使管理科学化、规范化、常态化。公司与多所高校和科研机构建立了长期稳定的科研合作关系。河南省唯一的葡萄酒专业研发机构——河南省葡萄酒公共技术研发设计中心依托宏伟实业公司设立。

“冷谷红”,是开放的象征,是时尚的标志,是品位的表现。风靡市场为红,国人尽享为红,久盛不衰为红。“冷谷红”,红天下!如庄子《逍遥游》中所述:“怒而飞,其翼若垂天之云。扶摇直上九万里!”如今的“冷谷红”葡萄酒犹如浴火重生的鲲鹏,扶摇直上,一飞冲天!

将实业作为事业来做,那就是一种升华;将人品化作人格,那就是一种力量。自耿红伟进入社会以来,无论是在葡萄酒厂当印刷包装厂厂长也罢,就任河南省宏伟实业有限公司董事长也好,这就成为他做人做事的信条。

梦想的实现实际上就是一种使命,一种责任和担当。“冷谷红”作为一种健康饮品,看上去是一种很爽眼的液体,其实它承载的还有一种理念、一种人格的魅力——酒品即人品!

就在昨天,一位50多岁的浙江房地产开发商来到公司,想在浙江杭州地区让其女儿和妹妹做“冷谷红”的总代理。他问这位老总,你有花不完的钱,搞这个代理干啥?这位老总说,杭州那边女人比男人喝酒厉害,当然是红酒啦。再一个,女儿年纪轻轻的,不能光“啃老”,要自食其力、自强不息,知道创业的艰难才懂得父辈的良苦用心。冲着这番话,耿红伟与他敞开心扉,谈,并告诉他,民权的“两廊一园”已经在建设中,宏伟公司已参与其中,其中,5公里的葡萄酒长廊建成之后,可以说是豫东最大的集产业、生态保护、观光旅游、休闲为一体的“大观园”。这位精明的老总听完玩笑说,我在商丘没有朋友,是因为我不喝酒。今天我认准你这个朋友了,今天我就要喝“冷谷红”!

这一餐,这位南方朋友喝得满脸泛红。想起这些,他不由得加快了脚步,因为前面的路还很长……

此时,太阳已经升起来了!