

本期导读

瓶颈难破	
MP4 尴尬求生	14 版
缴个税	
纳税人需防三大误区	15 版
股市热	
加剧存贷期限错配 短存长贷愈演愈烈	16 版



DORMEUIL
西服中的劳斯莱斯—多美

香港量身订造经理陈志安先生亲临现场

3月30日—4月2日全场**8.5折**

“享誉全球164年的法国男装品牌”
“高级素质”的经典时装面料
“时尚优雅的设计，完美的独特魅力”
“百分百信誉的保证”

销售网点：裕达国际精品广场一楼

中原商情

- 商都卖场 13 版
- IT 家电 14 版
- 理财生活 15 版
- 金融资讯 16 版

2007年3月30日 星期五
统筹 赵顺利 编辑 陈茜
电话:67655197 67655266
E-mail:zzrbxf@126.com

时尚看台

优雅包

成功升级主角

垂涎已久的优雅包包，可谓引领一整季的潮流风向标，无需购买大件单品，就能满足虚荣心与占有欲，瞄准本季节装扮淑女的必备包包，完美OL的美丽升级计划正在实施中。



今春市场：

春装已是美人迟暮

目前，郑州气温陡然升高，各商场不得不开打打起夏装的主意。在大商新玛特购物中心郑州金博大店、丹尼斯百货和花园商厦里，记者发现，一些品牌开始紧急调夏装了，前不久还被摆放在显眼处的春装悄悄地被换到了角落。花园商厦一品牌主管告诉记者，上周日一批夏装新货刚到，折扣虽然不大，没想到却卖得很好，有些款式已经卖断了，下周还要继续大批量上夏装。

据丹尼斯百货有关负责人介绍，按照正常的换季步骤，夏装应该是五一前后上柜，目前这个

春装未热 夏装来袭

本报记者 赵羲

相比往年，今年的气候变化更加没有规律。这几天，郑州天气突然变暖，气温一下子上升到20多摄氏度，街上的许多时尚女孩已经换上了夏装。一些商家纷纷叫苦：“春装还没有卖火，这下子又要紧急调夏装上柜了。”

季节应是春装热卖的时候，气温突然大幅上升，很有可能促使夏装提前上市，造成春装积压。

商家对策：

新款模糊四季界限

其实，针对这种冬天不冷，春天过暖的气候，一些精明的商家早就注意到了。许多品牌服装推出的新款也都故意模糊了季节的界限。“一年四季，我们卖的衣服都很薄。”在一家品牌女装的柜台前，营业员告诉记者，他们销售的裙装冬夏都可以穿，冬天在外面套上厚外套或者皮草就可以了。

业内人士指出，如今除了大衣、羽绒服等厚外套，很多服装特别是女装的款式，季节界限正

接受社区居民打分，切实为居民提供身边服务。为推动和谐消费环境的构建，做出了很大的努力。

河南移动为何又如此广开“言”路？河南移动客户服务部相关负责人说，河南移动的“诚信服务 满意100”活动跨入到第二个年头，“八项服务承诺”也让广大消费者享受到了更“诚信、放心”的服务环境。本次“满意100 服务金点子”活动，主题为“真诚求谏言”，主要是在服务的基础上更进一步地与客户真诚互动，聆听来自客户的心声，重视客户需求，不断的通过自我完善以便更好的服务客户，真正做到“沟通从心开始”。

在“满意100 金点子活动”过程中，河南

移动将派专人负责将客户的意见和建议进行整理、汇总后分类反馈至相关部门，并要求各部门在限定期限内根据意见做出相应的改进措施。

应该说，这次“金点子”活动是河南移动从自身发展做出的积极提升，也更多的体现了“人性化”、“从客户需求出发”，也更强调消费者消费行为的自主权与发言权。河南移动从服务出发，针对当前消费者密切关注的热点问题，“真诚求谏言”，实实在在地为客户服务，也凸现出了河南移动追求服务“公正、透明、便捷、责任”四大目标。有理由相信，河南移动将会以实际行动为客户和谐消费以及社会和谐发展交上一份精彩的答卷。(彬 彬)

变得越来越模糊，名义上虽然是春装，冬天其实也可以穿，甚至有的衣服夏天也可以穿。

专家指点：

关注气象经济

根据气象台发布的气象信息，最近连续几天，郑州的气温都在20摄氏度以上，而昨天的最高气温更高达28摄氏度，以后的三天也都不会低于20度。根据气象学上的定义，夏天的标准是连续5天的平均气温超过22摄氏度，就是夏天的开始。

接受采访的业内专家认为，市场竞争涉及方方面面，掌握了全年的气候整体情况，就能较其他商家尽快适应，避免出现措手不及的情况。



有机生活引领“乐活”消费

索尼 VAIO 我本“出色”

VAIO N 系列传递出了一种有机生活的概念。其乳白和黑色两种截然不同的颜色面板，以及黑白色的显示边框配合同色的键盘、和机身上同色的 VAIO 标签，让人在无声处听惊雷。

N 系列、C 系列、SZ3 系列、FE3 系列在内的四大系列索尼 VAIO 共 12 款，其中，专为年轻人设计的 C 系列和具有简洁刚韧质感的 N 系列如同经典的 SZ、FE 系列一样，秉承了 VAIO 一贯的设计

优势，在细节处有许多令人惊艳之笔。这些近一段时间发布的新产品无论是在工业设计还是技术应用方面都给笔记本电脑市场带来了清新之风。

VAIO N 系列产品则是秉承索尼设计元素中最为质朴却打动人心东方美学元素，把“极简主义”这一建筑理念应用在了产品中。在外观设计上 N 系列回归到了笔记本电脑最为质朴的状态，但是在却在细节处精心打磨出一款大

乘之作。正如形形色色的家居设计风格，笔记本的设计也是多姿多彩。简单不是缺乏生活品质，相反地，它代表一种生活方式，干净利落中，有风格上的统一、色调上的和谐。从实际使用和观感角度，作为现代家居生活不可或缺的笔记本电脑，VAIO N 系列功能不仅仅在于使用，也把使用者和环境和谐统一起来。让观者体味出“世界于一叶，须弥纳一掌”的大智慧。

宋婷婷

伊利金典有机奶 勾勒“有机生活”雏形

新鲜的生活潮流必然带动一批相关产业的发展。随着人们对环境、食品质量、自身健康的关心和有机生活理念的倡导，有机食品的需求也越来越大。目前，世界上有机食品业正处于良好的发展态势。据估计，到2008年全球的有机食品销售额将达到800亿美元，增长潜力非常可观。近日，乳品巨头伊利推出了首款有机奶——金典有机奶，引起了社会的普遍关注。它的问世填补了中国有机乳品市场的空白，推动了中国有机食品产业的发展。不仅如此，金典有机奶的诞生将引发一种全新、天然、健康的生活方式——“有机生活”。

当然，在国内有机食品的发展尚处于初级阶段，有机生活也尚处于概

念阶段。但国外发达国家的经验表明，随着有机蔬菜、有机瓜果、有机奶等有机食品的日益普及，有机生活将不是奢望。尤其是纯天然、全程无污染、营养价值更为丰富的有机乳品，更是我们进入有机生活最重要的食品。据了解，伊利金典有机奶在奶源、奶牛的选择、加工、包装的技术上所采用的标准均是目前液态奶行业最高规格的。专家研究表明，每100克金典有机奶内含蛋白质在3.5克以上，超过我国标准18.6%，其它多项营养成分指标也都超过普通牛奶，可以说健康又极富营养。伊利金典有机奶的到来，将为越来越多的有机生活爱好者勾勒出有机生活的雏形，推动有机生活理念的普及，开创中国乳品行业的有机时代。



华硕博基尼 VX2 驶入内地市场

前不久在德国汉诺威 CeBIT 展会上大放异彩的第二代华硕博基尼笔记本 VX2，近日正式驶入国内市场，为节后相对平静的 IT 卖场，带来了这个春季最具速度与激情的非凡体验。据华硕透露，这款设计与内涵臻完美的新一代跑车型笔记本，除了将接受限量用户的预定外，还有可能进驻华硕旗下的各大形象店，让普通用户也有机会与“蛮牛”亲近。

也许，买一个笔记本不是一个很大的决定，然而，如果拥有了便注定会改变以往单调的求学生活，便预示着一个完美的校园数码生活，让你乐活每一天。

鞠伟恒