

森地电动车悍马系列产品隆重上市

森地公司作为行业内起步较早、中原地区最大的电动车科研生产单位，是一家集科研、生产、销售、服务为一体的专业电动车制造企业，总部设在郑州高新开发区，分支有江苏无锡生产基地，江苏无锡烤漆基地。日前，森地公司及其下属的中国电动车动力控制研发中心、中国电动车工业设计研发中心历经一年的潜心研制推出了行业内首创的悍马 M 系列产品。

悍马 M 系列产品是目前行业内首款采用“D3 传动引擎”的电动车，技术处于领先地位，是又一次的革命性技术突破，它采

用的悍马 D3 引擎是指以能量、动力、控制为核心，通过对能量的同步传承流动实现系统力量的最大化，采用 ECU (中央控制器)一体化的 PCM(动力控制模块)，连续收集各个部件的信息，并通过 VIS 变频技术，提高整车输出功率。悍马 D3 传动引擎的核心——“悍马 M 系列”电机不仅在触摸时质感良好，而且在骑行中也让您感觉到一波一波的澎湃动力冲击速度向上，达到瞬间动力飙升，并保持平稳，令驾驶者在不知不觉中就可以高速上路，从而改变了普通电动车普遍存在的动力系统协调性

差、适配性差、整车输出功率低的现象，解决了长期以来困扰行业的一大难题。

为满足消费者的不同驾驶需求和不同心情状态，悍马系列产品专门设计了极具人性化的三位序列式手动变速器，一键通设置，指尖操作换挡简便灵活。随着不同模式的运转，悍马瞬间变的活力四射，充满激情，随时随地都能“冲锋”。

森地公司推出的“悍马 M 系列”产品，使电动车行业又向前迈了一步，不仅成为行业的领航产品，而且也有望成为广大消费者的首选。

刘鹏

做强省会 开拓地市

大商在豫扩张新闻深读

本报记者 赵羲 赵佳

做强省会，开拓地市，大商在河南市场扩张的消息近日见诸报端，业界大为关注。

自从 2006 年 6 月 1 日大商以 4.21 亿高价拿下金博大的三年经营权，人们对大商关注的目光就没离开。人们关注的不仅是大商将给郑州商战带来怎样的变数，还有大商将怎样解决天价租金压力，并实现在豫扩张的宏图。一年多来，大商用自己的行动一一作出了回答，大商新玛特金博大店仍是郑州商业领军人物之一，销售业绩可观；大商还果断拿下了国贸店，并打算把它建成大商在郑的旗舰店；现在，大商又在漯河市一举签下两家新店，豫中南的门户已被打开。

扩张如箭在弦上

3 年经营权，租金 4.21 亿元，分摊到每年约为 1.4 亿元——这是大商 2006 年 4 月 20 日成功竞拍金博大城的代价。

这个代价不可谓不高昂，但了解大商的人都知道，大商擅长规模化作战，这不过是他们在河南拓展的第一步。而第一步迈得如此艰难，更使他们在河南的扩张如箭在弦上，不得不发。

果不其然，2006 年 10 月，大商高调宣布，他们签下了花园路国贸店，这将是他们在省会郑州的旗舰店。

7 月 4 日的新闻发布会上，皇甫立志表示：“我们在漯河签下两家新店，有其必然性。大商在河南的发展规划是以郑州为中心发展河南店网，这是其中一步。另外，漯河两家店也可以分摊大商新玛特金博大店的租金压力。”

一语道破天机。分摊租金压力，这是漯河店迅速完成交易的一个重要原因。

有分析人士质疑，大商如此迅速的签下漯河两家店，并且在新乡也签下一家，是不是不堪郑州商业竞争之压力，要转而向地市发展？

对此，皇甫立志非常坚决地表示：“我们在郑州发展的决心是毫不动摇的。我们迅速向地市发展，是因为大家都不看好地市的百货业发展，而这恰好是大商的强项。”

皇甫立志如此自信当然是有理由的，大商百货在东北地市一年的营业额可以高达二三十亿，这在河南商界看来简直是个奇迹。

扩张是机缘巧合

因为种种客观因素，大商的扩张是必然的，但大举进军漯河，这一行动必然中却属偶然。

皇甫立志表示，按原计划，漯河并不是大商要进的第一个地市。这是有偶然性的，是因为恰好遇到机会，而且一下就遇到两个机会。

据悉，被大商收入麾下的两个商业项目，虽然都处在漯河市的商业中心，并且相距不足 1000 米，但此前均是因为经营不善而难以维系。据介绍，其中小胖统领百货有着较强的物业结构优势，地上 3 层，地下 1 层，经营面积达 4.6 万平方米；中汇百货则具有不可取代的地理位置优势，位于漯河市交通主干道上，地上 4 层，地下 1 层，经营面积 2.97 万平方米。

小胖统领百货、中汇百货主动提出合作。皇甫立志笑言，我们想一个店是做，两个店也是做，于是就全都接了下来。

其实，其他一些地市例如洛阳也是大商所非常重视的，有些项目也正在商谈之中。“大商的进入，要选择合适的时间，合适的项目。”皇甫立志表示。

扩张的竞争之辩

有消息表明，大商在郑州的扩展正在秘密开展，他们

打算并购一些原有的国有百货店并参与国有企业的改造工作。

在大商新玛特金博大店一楼，大商新玛特美丽源店的招商广告已经打出。据悉，即将签约的这家新店位于建设路和桐柏路交叉口，将以超市为主。

有分析认为，大商在郑州迅速扩张，是为了增强在郑州的竞争优势，向地市扩展同样不在此外。虽然，新闻发布会上，大商高层绝口不提竞争对手，但其中的竞争意味明眼人一望可知。

皇甫立志说：“我们和丹尼斯不一样。在漯河，丹尼斯生活广场是以超市带动，我们是主打百货的。”

据悉，为了避免自身两家店的“内斗”，大商旗下的这两个漯河新店将非别有不同的定位，品牌组合、业种布局也将各具特色，使用的店名也会有所区别。

大商在河南的扩展战略被浓缩成两句话：南北对进先行，西进东扩跟进。可以看出，这一规划正在有条不紊地展开。



大商国贸店效果图



杭州中羽制衣在郑州举行的“预防”暖冬，羽绒内衣产品发布会上，反季推销的羽绒服大受追捧。曲金峰 摄

温度逐渐升高，靠天吃饭的商场生意却并没有像炎夏那样热度依旧，上上周刚做完年中庆，各家商场已经开始预备抵御漫长夏季带来的销售淡季，预计 7 月中旬会开始“夏季大减价”活动，与高温有关的商品销售已经启动，“纳凉价”、“体验价”等层出不穷，也有商场酝酿推出夜市。与商场的其他商业淡季不同，消暑饮品与日走高。

7 月中旬进入大减价

“年中庆既是上半年的最后一次大型促销，也是夏季的第一波大减价活动。”商场人士说，接下来商场还会做几周的大型促销，但很快就会步入夏季大减价时期。预计到了 7 月中下旬，现在比较常用的

气温攀升搞活“高温经济”

“满减”商场会暂停使用，大部分折扣都将由专柜自身活动为主。“对不喜欢参加‘满减’活动的客人来说，打折更为清爽，比如专柜直接 3 折，比参加活动凑数要方便很多。”一位商场经理说，夏季大减价会

一直持续到 8 月，接着进入最后的“夏出清”阶段。

高温天气吸引客人的另一高招就是“夜市”，因为白天气温很高，大部分客人都愿意来逛商场，而晚间则会有人出来纳凉，商场是既可以纳凉又可以闲逛的好去处，所以商场此时做活动也可以捕捉这种随机消费。

当季商品“体验价”

气温升高也就意味着商场销售进入淡季，但是有一些商品销售却可以随着气温的升高而增长。比如今夏盛行的牛皮席，销售增幅在 30%~50%，商场为了聚拢人气，不断推出牛皮席的“体验价”，比如原价在 5500 元左右的牛皮席，现价只

要 3000 元左右。推出体验价的牛皮席销售很不错，也带动了其他产品的销售，据说藤席、竹炭席、马兰草席、水竹席都卖得很不错，购买水竹席还要提前预订。

冷饮消费快速升温

“这几天气温突然升高，冰品的需求量很大，我们平均每天要发 20 万箱货，运输车都在厂门口排起长队了，有时连车也不够用。”一位冰品经销商兴奋地说。据了解，30℃ 气温是冷饮消费从休闲型向消暑型转变的拐点，气温越高销量的增幅越大。

与冰品销量同时井喷的还有各种饮料。记者在一家便利店了解到，这几天天气热，冰镇饮料特别热卖。一家商场销售数字也显示，最近半个月，每天饮料的销售额都在 4 万元左右，比此前增长了近三成，而冰品的增幅更是达到了 78%。荔枝甘露、芒果布丁等港式甜点都成了热卖的冰淇淋品种。

消暑饮品卖出高价

天气一热，大家的胃口也变得挑剔起来。不过，商家们自有对策，想着法子开发各种夏令饮品、应季菜肴。

在麦当劳，琳琅满目的各式冰饮、清爽口感的鳕鱼堡代替各种热饮和麦辣鸡腿汉堡等口味重的汉堡成为消费者的新宠。各种药材做成的凉茶也在讨食客的欢心。

不少茶馆干脆把热气腾腾的龙井、碧螺春等绿茶品种列入了“冷泡”的行列，用冰茶在这个炎炎夏日继续留住顾客的心。

反季特卖前来救市

以往进入高温，商场往往会做一些反季特卖，希望通过吸引眼球来做大销售。炎炎夏日，人们都在为寻找一清凉避暑之所，如果有商家推介羽绒内衣，你会冒着大热天赏光吗？

近日举行的羽绒服变身“内衣”产品发布会还真吸引了爱美的女士参加。在这场杭州中羽制衣在郑州一家饭店举行的“预防”暖冬，羽绒内衣产品发布会上，不少消费者和经销商对反季推销的羽绒服大加追捧。

“羽绒内衣件小，最厚不过一厘米。里外都能穿，卖得不错。”一位经销商对记者说。当天，共有 91 个单位签订了订购合同，预收订金 100 多万。” 赵羲



瓷器鉴赏

瓷器是古代中国人民的伟大发明，是中华民族对人类文明的杰出贡献，早在距今三千多年前的商代，就烧出所谓的“原始青瓷器”；东汉时期烧制出了成熟的瓷器；自魏晋南北朝到隋唐时代，制瓷技术有了很大的提高，出现了“南青北白”的局面；到宋元明清时期，我国制瓷业进入了发展兴盛时期，创烧出了许多新的品种，由单色釉发展到多种彩釉，装饰纹样繁复复杂；由名窑的此消彼长，最终使江西景德镇成为全国制瓷业的中心。

明清彩瓷可以看成是我国数千年陶瓷工艺的一个集大成的时期。景德镇已成为全国瓷器的制造中心。“釉里红”在明清时多有发展，如明永乐年间出现了霁红，而宣德年间的“宣红”则是正色的鲜红了。而后，清康熙年间又出现了类似红宝石鲜红的“郎窑红”，同时烧出了一种犹如桃花色的“桃花片”。还有浓淡相间，在朦胧的粉红中透出点点深红，此外还有火焰红、豇豆红、祭红等等。在青花和釉里红的基础上，又发展了釉上彩绘，如斗彩、五彩等。而清代更创新出粉彩、珐琅彩等等瓷，它不仅运用了青瓷、白瓷胎釉烧制工艺的全部优秀成果，而多有创新，出现了在一件瓷器上运用不同彩釉的组合形式，使传统瓷器工艺达到了历史最高水准。



上图：彩粉龙盘
花口、圈足，盘内以多种色彩绘云龙纹，色彩艳丽。为同治民窑粉彩。清代（公元 1644~1911 年），口径 23 厘米。现藏于河南天成文物公司，具有较高的收藏价值。

记者提醒：
天成文物每天都有省博专家免费为您鉴赏真；文物陈列馆全天免费对外开放；文物演出，免费观赏。

消费提醒

莫让空调支架成高空杀手

买空调时，你关注过空调的支架质量么？7 月 3 日，中国质量万里行促进会发布第七号消费警示：在关注空调产品质量和服务质量的同时，千万不要忽视外机支架质量问题，避免留下“高空杀手”的隐患。

近年来，全国各地因空调外机支架质量问题引发的空调外机高空坠落伤人事件并不鲜见。警示称，目前空调支架质量问题主要存在三个方面：一是材质不过关，二是规格不承重，三是油漆不合格，大大缩减支架的使用寿命。

中国质量万里行促进会特别提醒消费者，尽量到正规的大商场去购买品牌空调，还要仔细检查空调支架的材质、厚薄度和油漆是否符合要求；安装过程中消费者要严格把关，力求支架牢固。若购买的空调超过 8 年以上的，应找专业维修人员对空调支架进行更换或检修。

夏雨刘君

跟着“广厦”逛“情人街”

——广厦·城市之巅“情人街”建设问询活动正式拉开序幕



7 月 1 日，广厦·城市之巅“情人街”问询市民新闻发布会暨首轮研讨会在中州宾馆举行。

郑州作为中原古都，炎黄子孙的根在这里，它有着强烈的古文化气息和最有历史代表的古建筑。但是，随着历史的变迁、文明的不断进步，郑州也正在向着国际化大都市迈进。7 月 1 日，广厦置业有限公司正式启动了广厦·城市之巅“情人街”的建设问询活动。

“广厦·城市之巅”是由郑州广厦置业有限公司在郑州市开发专家花园和冠军花园后的又一项目。整个项目由河南建筑设计研究院规划设计，属于市中心高端综合地产项目，位于文化路与红旗路交会处向西 200 米，整体规划建设 10 栋 32 层高层建筑，总建筑面积 40 万平方米。整个项目是一个以居住为主，兼具办公、商业为一体的大型城市综合体项目。

作为该项目的点睛之笔——爱情主题商业街“情人街”，之所以以“情人街”命名，“是要使这里成为爱之城，让居住在这里的人们时时体验到被爱包围的感觉。”广厦置业有限公司总经理毋尚梅说。

据悉，此次问询活动将截止到 7 月 29 日，8 月 9 日公布问询结果。此次问询活动主要包括四个方面的内容：“情人街”街景营造的建议、“情人街”商业业态规划与经营模式的建设、对“情人街”街区文化的建议、情人街街区精神口号的征集。

刘文旭