

“爱护我的城市，守护我的地盘”

郑州移动开展环保公益活动

本报讯 7月14日,伴着小雨,二七路动感地带旗舰店门前一些身穿印有“办证”、“贷款”、“治性病”等各种小广告的T恤的工作人员拉着长长的条幅,吸引着人们的眼球,这是郑州移动公司正在开展的“爱护我的城市,守护我的地盘”公益活动。

据郑州移动工作人员李兆一介绍,此活动是郑州移动近日推出的“您好,新河南”系列公益活动之一。希望郑州市民能



爱护环境,从每个人做起,让郑州这个城市变得更加美好。在活动现场,观众只要

有关于爱护城市的感言,都可以写在留言幅上。很多大学生纷纷参与进来,义务为过往行人发放宣传单页。

活动现场依然设有绿箱子,这是自2006年以来,中国移动通信与摩托罗拉、诺基亚共同启动“绿箱子环保计划——废弃手机及配件回收联合行动”的继续,意在倡导通信环保的时尚生活。现场观众只要签字并投放废弃手机都可以得到1小时免费上网体验卡。(宋笑琳)

大商勾画中原市场蓝图

新“商战”风雨欲来

制图/陈茜

本报记者 赵羲文 李利强 图

“3年内,大商在郑州的总投资额达到20亿,实现年销售额40亿,提供就业岗位3万个,门店总量达到40个;5年内,大商在河南的总投资额达到50亿,实现年销售额100亿,提供就业岗位8万个,在全省总计开60家店。”

7月13日,大商集团河南店网拓展发布会暨招商大会上,大商总裁吕伟顺豪情万丈地公布了公司在河南的发展规划。

高调扩张,这是“东北虎”大商进军中原后留给人们的一个深刻印象,这次也不例外。

这次会议上,大商在河南的发展蓝图终于完全呈现,其全面对抗丹尼斯的雄心再一次显露无遗。

扩张加速度

加速扩张,这是非本土企业来到河南后的一贯做法,我们早已见惯不惊了。然而,对于大商抛出的如此庞大的扩张一揽子计划,许多业内人士表示,这是他们没有想到。

就在今年4月份,大商新玛特金博大店营销部一位人士在接受记者采访时还表示:“我们力争在3年之内在郑州开3~5家店,地市开30~35家。”3个月不到,这个扩展计划已经翻了近两番,这自然不能不使人感到惊讶。

惊人的扩张速度背后是大商从郑州店网到中原店网再到华北店网的“网状”规划蓝图。大商规划的中原店网几乎涵盖了河南所有的一、二级城市,而且每一个城市都要形成多个店铺网状分布的局面。以河南为突破点的华北店网遍布山东、山西、陕西、湖北等省份,是大商集团在做强做实东北店网之后挺进华北的区域扩展必经之路。

目前,大商在郑州已经拥有了三家店,除了大商新玛特金博大店,还有去年就签下的大商新玛特国贸店,已经开始招商的大商新玛特美丽源店。显然,大商的计划不于此,吕伟顺表示:“我们参与郑州国有企业重组、收购老的国有企业的行动得到了政府的大力支持,一切都在顺利进行之中,两三个月之后,就会有结果。”

据悉,大商新玛特建设路美丽源店、大商新



利邦(上海)时装贸易有限公司的1881、k&c、G&H、都本;百丽集团旗下的百丽、真美诗、阿迪、耐克等15个品牌,韩国衣恋公司的11个品牌等国内外绝对大牌的供应商与大商新玛特签下了全线合作协议。

好之外,对大商集团的认可也是其中原因。13日,大商集团河南店网拓展发布会暨招商大会,有近400名知名供应商代表参加。

会议现场,利邦(上海)时装贸易有限公司的1881、k&c、G&H、都本,百丽集团旗下的百丽、真美诗、阿迪、耐克等15个品牌,韩国衣恋公司的11个品牌等国内外绝对大牌的供应商与大商签下了全线合作协议。这样的举动,在给其它供应商吃下定心丸的同时,无疑也是为花园路商圈的“招商大战”再添一把火。

据悉,目前已有10多个国际一线品牌“有明确意向”入住大商新玛特郑州总店,其中还有一些是首次进驻河南地区的大商集团独有品牌。

人才全国化

13日的新闻发布会,大商一下子推出了河南四家店铺的新任总经理。有着深厚台湾百货业背景的职业经理人石光辉出任大商新玛特国贸总店的临时总经理,原旅顺新玛特总经理韩振文出任大商漯河小胖联体店总经理,原大连新玛特副总经理田大勇出任漯河中汇店总经理,大商新玛特新乡店董事长郝长栋曾任新乡市招商局局长。

“集团空降精兵强将,是大商人才资源共享的表现,各展所长大商的发展之路才能走的更快更稳。就大商新玛特国贸店而言,临时总经理石光辉和驻店总经理孙亚杰的这种外来英才和本地良将的优化组合会让大商新玛特国贸店的精彩开幕成为指日可待的事实。”大商集团负责人说。

自从大商进驻河南以来,一直注意招揽本地人才,实行属地化管理方针政策,这次一反常态突破地域概念,将一批良将帅才从全国召集到郑州,充分显示了大商对河南这个大市场的重视程度。

不管怎样,这一批来自外地的商业高管,一定会给河南的商业竞争、发展带来不同的轨迹和感觉,那将是消费者十分期待的。

大商的蓝图已经画好,其他对手也都蓄势待发,中原商界平静的表面之下,新一轮商战的暗流正在涌动。

玛特国贸店以及大商在漯河、新乡的三家店面都将在年内开业。届时,大商在郑州拥有三家门店,地市拥有三家,集团作战优势将初具规模。其他地市的商业项目也都在洽谈当中,大商总裁吕伟顺对河南团队的工作给予了高度的肯定,称以大商集团的优势做后盾,不远的未来,大商在河南的店铺将呈星罗棋布的在京九和陇海两条交通主线周围,集团优势将充分发挥。

从竞争对手丹尼斯来看,大商在河南的加速扩张也是必然的。目前,丹尼斯在全省拥有多家门店,根据丹尼斯2007年的规划,在不长的时间内,就将在全省发展到40余家。大商不加速扩张,争雄中原商界,将只能停留在口头上。

供应商之战

每一次商业企业的扩张,都会伴随新一轮的供应商的争夺战。随着大商河南扩张蓝图的出炉,争夺供应商的战役也宣布正式开战。

大商新玛特国贸店和丹尼斯花园路店同处花园路商圈,同样是定位高端的“MALL”,招商的一番明争暗斗自然不可避免。

先下手为强,大商深知这一古训。大商凭借集团品牌优势,力推大商新玛特国贸总店的巨大影响力和花园商圈不可忽视的发展潜力。供应商齐聚大商麾下,除了对花园路商业环境看

天成文物天地

玉器简介

玉器是古代文明的一项重要内容,中国玉器源远流长,已有七千年的辉煌历史。

玉器产生于石器,首先是打制工具,由打制石器到琢磨玉器,经过了漫长的历史岁月。距今7000年前的辽河流域沈阳北郊的新乐玉器——雕刻器,可视为以玉材琢成的工具,也可视为以实用工具的造型题材的玉器。古代先民不是从最初接受玉材一下子就制造玉器工艺品的,最早的艺术是在生产劳动和社会实践过程中发展起来的。新石器时代晚期就有玉斧、玉铲、玉兵器等,已有一定的实用价值。商周时期有玉璧、玉琮等礼玉,玉器和玉文化已成为国家意识中的重要内容,成为政治和权力的象征。春秋战国时期是战事频繁的时代,服装和战术的不断改进影响到玉器,礼玉渐少,而佩玉增多,是中国玉器发展的高峰期,镂空、浮雕等手法普遍运用,纹饰工艺技巧也有新变化,形式美的标准大大提高,总体风格趋向“细腻精美”,已由西周时期的礼仪性转向注重装饰审美性。汉代玉器引入重视的是不断有金缕、银缕玉衣出土,生活用品大量制作。三国、两晋、南北朝、隋唐时期,玉器风格基本继承秦汉传统,但流传甚少。宋明时期,玉器风格以生活使用器皿为多,其中仿古之作十分发达。清代为玉器制作的振兴时期,当时经济繁荣,宫廷手工艺与民间手工艺都已经有了较大的发现。

玉器经过历代文化的传承,成了人生不可缺少的精神寄托,玉已深深地融合在中国传统文化与礼俗之中,充当着特殊的角色,发挥着其他工艺美术品不能替代的作用,并打上了政治的、宗教的、道德的、价值的烙印,蒙上了一层使人难以揭开的神秘面纱。天成文物公司经过多年苦心寻觅,现已收藏多件具有较高艺术、文化、观赏价值的玉器。



白玉龙形佩

此佩采用和田白玉雕成,玉质温润,整体呈“S”形,顾首卷鼻,龙身满饰勾连云纹,形神兼备,栩栩如生。战国(公元前475年~公元前221年),通长:4.7厘米。现藏于河南天成文物陈列馆,具有很高的收藏价值。

记者提醒——

- 天成文物每天都有省博专家免费为您鉴赏宝真;
- 文物陈列馆全天免费对外开放;
- 文物演出,免费观赏。
- 地址:二七路226号天成珠宝金楼四楼(二七塔北100米)



消费提醒

小眼镜 大学问

太阳镜是常用的夏季护眼用品,通过遮挡太阳光以减轻因眼睛调节造成的疲劳或强光刺激。

据介绍,消费者在选购太阳眼镜的时候,不能只注意眼镜产品的外观、光学性能、装配质量、整形要求等参数,其实眼镜的平均透射比(紫外光谱区)、光透射比、通讯号透射比也是需要注意的。

■平均透射比(紫外光谱区):指镜片有效地吸收紫外线。夏季户外光线较强时,佩戴不合格太阳镜将对人们的视网膜及角膜产生一定的伤害。

■光透射比:如果这项不合格,光线就不能很好地透过镜片,造成所视物体模糊不清,颜色灰暗,视觉疲劳。

■通讯号透射比:如果这项达不到标准要求,就会使太阳镜对通讯号(红色讯号、绿色讯号、黄色讯号)的吸收过强,造成辨色错觉,反应迟钝,甚至可能引发交通事故。

偏色的太阳镜不能买

太阳镜产品千差万别,专家提醒消费者,可以通过下面的方法来简单辨别镜片的内在质量。

■镜片的颜色不能偏,应使周围环境

的颜色不失真。在没有佩戴太阳镜前,先观察红、绿、黄等颜色的物体,然后戴上太阳镜,观察同样的物体,两次观察的颜色不能偏色,否则会降低识别交通信号灯的能力。

■要关注镜片颜色深浅的选择。应视所需活动的场所而定,针对不同的光源和场合,镜片的颜色会影响遮光效果。要使太阳镜能有效遮挡夏季强光,眼镜的颜色应有足够的深度,但骑车或驾车者,不要选择颜色太深的镜片。

■镜片的度数应满足对平光镜片的要求,并且不应有影响视力的光学疵病。简便的鉴别方法为,可将太阳镜置于眼前,透过镜片观察远处目标,如窗框或门框等,再将眼镜上下前后移动,目标不应有摆动及波浪形变形。也可以在日光下观察太阳镜镜片表面的灯管影像,移动太阳镜使灯管影像出现在镜片的不同部位,灯管影像不变形为最佳,目前市场上的偏光太阳镜,大部分是使用厚度为0.7毫米的树脂偏光镜片,由于镜片薄,在装配中很容易产生变形,选购时应特别注意。

孙丽

时尚看台



劳力士



帝舵

腕表,细节男人之爱

这个夏天还有什么理由不让腕表成为品位的体现和服饰的完美点缀呢?

一直以“礼品百货,尊贵消费”为经营理念的紫荆山百货当然不会放弃任何一个打造您美丽与魅力的机会,在拥有劳力士、帝舵、浪琴等名贵名表的基础上,又新引进了瑞士名表RAYMOND WEIL雷蒙威。其注重产品的创意及崇尚其超卓的制表技术和质素,令备受讲究品味的顾客所喜爱。

RAYMOND WEIL雷蒙威是由Mr Raymond Weil于1976年创办,并以自己名字作为品牌名称的家族公司。从当初的小公司开始,到如今的著名品牌,在不足30年间,雷蒙威这家充满非凡创意与时代感的公司已成为国际知名的瑞士品牌。凭着其精湛的瑞士制表技术和知识以及时刻紧贴新科技的发展,雷蒙威继续注重产品的创意及崇尚其超卓的制表技术和质素。并沿袭现代时尚和传统经典两者兼备的定位,满足了追求传统经典设计的年轻顾客的需要。静茹



雷蒙威



雷蒙威



浪琴