

### 商情综合

#### 中原百货业第一吉祥物 近日公开征选

大商新玛特郑州国贸店将于今年年底正式运营,该商厦斥巨资面向社会公开征选吉祥物,获奖者将获得丰厚回报,除可观物质奖励外还将得到社会广泛关注。

据了解,大商新玛特郑州国贸店面向广大消费者征集吉祥物这一举动,在省内应属首创,谈及本次吉祥物的征集活动,有关人士表示,大商新玛特郑州国贸店定位高端,无论是商场硬件环境还是团队建设均堪称行业翘楚,该店针对高端消费群体,其独特的新玛特业态具有鲜明的品牌个性,为了彰显这一品牌特色,传播新玛特文化,大商新玛特郑州国贸店全面展开吉祥物的征集活动。

征集活动将作为2007首届郑州购物节的一个重要活动出现,在市政府商务局推动下作为郑州市首届购物节的主题活动之一向全市推广。吉祥物一经评出,将在相关宣传物品上全面使用,还要举行吉祥物少儿书画大赛、吉祥物少儿舞蹈大赛等系列主题推广活动。

本次活动的主办方大商新玛特郑州国贸店为本次活动投入大量人力、物力及财力,邀请国内知名教授、商界、传媒界、时尚界、美术界、广告界顶级大腕,组成的强大评审团阵容和公平、公开、公正的征稿程序更说明了主办方的重视程度,合作机构还包括:河南十八地报联盟、河南电视台、郑州电视台、商都信息港、中国移动、郑州人民广播电台等。本次活动还特别成立了“新玛特吉祥物征集办公室”,以保证活动的有序进行。

佳佳

**作品要求:**入选吉祥物面向全社会有奖征集,作品要求创意新颖、构思巧妙,具有内涵,拒绝平庸,也拒绝生涩,创意可以来自大商新玛特的服务至上精神,也可以来自河南老百姓的乡土生活;吉祥物可以单独或一组呈现,造型需能体现时尚感、动感及可爱感,既具人性化亲和力,又能代表中原百货业虎虎生威的新活力;作品要求附带吉祥物名称,名称应富有特色、简洁响亮、上口易记,并且包括中文、英文姓名;应征作品的创作理念请另附文本文件说明;应征作品应是应征者按照本方案独立创作的原创作品,请勿与任何公开发表的作品相同或类似,不得侵犯他人合法知识产权。

**投稿方式:**投稿人需提供手绘稿件一式两份,彩色、黑白各一份。每份稿件应包括作品正面、侧面、背面;设计稿可以个人名义或团体名义递交,请注明个人或团体资料(姓名、职业、身份证号码、联系方式),并单独用一张A4纸书面说明。作品一经采用,将随同大商新玛特的名字走向千家万户。

### 探幽御园:

#### 开封金明池皇家岛屿别墅

金明池畔,栖居御园,于自然钟灵毓秀之中,豪气大发,动静皆宜,阴阳相济。开封散布的大片水域,不仅大大丰富了开封的旅游资源,同时也使水岸生活成为可能。在充分挖掘水的生命价值和艺术价值之后,也就很自然地诞生出人的亲水情结。把建筑的阳光之美与水的柔性之美完美融合,就使建筑变得诗意和高尚,因而也就有了御园的水岸生活,临湖而栖,踞岛而居。

在昔日帝国花园长廊的核心地带,在金明池千亩土地之上,御园,衍千年文脉之气而生。御园,地处金明池园林龙首之位,藏风得水,浑然天成。虽自古即为皇家宫苑,但交通又极为便利。地处郑开大道第一站,通衢大道,切换自如,且可免塞车之苦。风物景致与人内心的安宁感相通,一入御园所在地区,心境顿然释放,身心俱爽,宠辱两忘,恍若置身于“采菊东篱下,悠然见南山”的意境之中。

2007年,金明池见证。御园,一座岛居独栋别墅,正在金明池的拥揽中悄然成长。

文旭

在中国最伟大的诗歌典籍《诗经》中,有一首古老的诗歌——天保九如,朴素地传达、呼唤上天庇佑人们事业兴旺、福寿绵长的愿望。它或许只是传统文化一个神圣的象征,一个简单的标识。然而在它背后,却是一座极其辉煌的文化宫殿。

天保九如是很多人都喜欢的一首诗。胡绍力是其中之一,胡绍力淡雅如菊,沉静笃定之中自有一份坚定,轻语微言之中自见传统文化功底之深厚,“天保九如海珍楼”便是她和其先生的大手笔——天保九如海珍楼深藏于郑州西区中原路与大学路交汇处的交通大厦二、三层,主打燕鲍翅高档珍品,与之相得益彰的便是胡绍力夫妇全力打造的中原文化经典系列展示,当美食与文化做了链接,当文化被人间烟火所缭绕,当我们走进天保九如海珍楼。

在这里,饕餮美食是主业,她更追求精神至上;在这里,食客的概念被弱化,她追求谈笑有鸿儒,往来无白丁;在这里,酒店的格局被打乱,展览馆的手法被引入;这是一座饮食城堡,更是一座文化殿堂。

乳钉纹玻璃门缓缓开启,中原文化的盛宴徐徐展开,中国四大圣贤孔子、老子、庄子、孟子跨越数千年的时差迎面而立,不朽的思想和智慧的光芒如日如月,恩泽万代。少林寺、殷墟、龙门、炎黄二帝等中原文化的典型符号被巧妙结构,正中位置的观星台则被抽象化、艺术化了,这代表了当时世界上最先进水平的天文建筑在胡绍力看来就该是美的、艺术的。这些中原文化元素构成了大型浅浮雕背景墙;河之南,表现了中原大地悠久灿烂的历史和博大精深的文化。味蕾还未打开,盛宴已经开启。

中原是中华文明的源头所在,它多元的文化结构和厚重的文化底蕴,被胡绍力用文物展示的方法得以鲜活

## 大商集团高调进驻

# 郑州西区将激活商业荣耀

本报记者 赵羲

### “东北虎”入驻西区

来自大连的大商集团素有东北虎之称,9月18日的记者招待会上,大商集团宣布,正式入驻郑州西区,将在十一期间开业。据悉,大商集团郑州建设路店将以一种崭新的形象出现,以超市、百货、电器三种业态组合亮相。

据了解,大商集团郑州建设路店总营业面积2.3万平方米,总共四层,其中,负一层为电器卖场,一层是百货卖场,二、三层为超市。

据大商有关人士介绍,建设路店将创大商集团在河南的三个第一,一是电器、百货、超市三种全新组合,二是大连海文化的建筑、设计风格全新呈现,三是大商电器在河南的样板店和旗舰店首次亮相。

“建设路店的定位为社区型的商业中心。”大商新玛特金博大店副总经理曹东表示。他认为,这个店的出现“将在西区形成新的竞争”。

### 新店新气象

大商集团郑州建设路店最为引人注目的就是大商电器这一业态了,河南的电器市

场本已竞争十分激烈,再加上各家电连锁巨头都早早在西区完成了布局,大商电器选择在这个时期进入,并且选择和百货、超市组合的形式进入郑州市,前景让人期待。

大商电器建设路店店长房福京表示:“对于郑州电器市场,我们是个新兵,但我们满怀信心。”据介绍,在进货渠道和进货价格上,大商电器能够做到和其他家电连锁企业“完全一样”,“国美、苏宁能做到的,我们都能做到。”

并且,房福京透露,如果大商电器在郑发展顺利,有撇开百货和超市单飞的打算。

和大商新玛特金博大的超市不同,大商超市建设路店将完全采取自营模式。鉴于租赁经营在郑州是一种惯用模式,而且已经得到市场认可,自主经营会是一块硬骨头吗?对此疑问,大商超市建设路店店长姚小梅信心满怀:“大商在东北有许多自营的成功经验,相信在新店拿下自营不成问题。”

据悉,该超市将成为大商集团在河南的样板店,有2.6万多种商品上柜,水果、水产类货品将成为新店的亮点。

“与金博大店相比,大商百货建设路店完全是另一种百货样式。”大商百货建设路店店长郭志娟表示,由于只占一个楼层,男装、女

装、珠宝、洗化等六个业种将划片而治。“我们希望成为西区的‘明星店铺’。”郭志娟笑言,“目前西区的商业竞争没有什么波澜,对于商业来说,这种平静是不正常的,希望我们可以激起一些波澜。”

### 西区商业将现新格局

在许多郑州人眼里,郑州西区不是西区,而是西郊。曾经的政治、经济中心给人这种印象,只能说这几年的缓慢发展拖累了它。现在,郑州市政府振兴西区战略稳步推进,商业发展的良好机遇再一次来到西区面前。

从宏观上看,国美、永乐、五星、苏宁等国内最具实力的家电连锁企业已经在郑州西区率先完成了布局,加上华润万家嵩山路店、丹尼斯棉纺路店、世纪联华汝河路店,再算上十一期间亮相的大商集团,未来将会入驻的沃尔玛,郑州西区商业将再一次呈现新格局。

在市政府主导的“郑州西部大开发”旗帜之下,大商、丹尼斯等几个老对手又一次站在战壕两旁,谁能够最终成为西区商业的领军者也许并不重要,对郑州市民而言,对郑州西区而言,激活西区曾经商业荣耀才是我们最乐意看到的。

### 天成文物天地

#### 极富艺术气质的清代青花瓷器

青花瓷器是我国古代陶瓷中最具代表性的优秀品种之一。起源于唐代,发展于元代,成熟于明、清,并成为主流,一直沿用至今。清代是中国青花瓷器的高度发展时期,陶瓷史上的黄金时代,各种具有特殊技能的制瓷工匠云集景德镇,形成该镇“工匠入八方,器成天下走”的繁荣局面。最能代表景德镇制瓷工艺水平的仍然是官窑产品,品质精良,主要担负着朝廷陈设和生活用器及对外赏赐和交换的需要。而民窑青花风格上则表现出自然、淳朴、流利,富于艺术气质。

乾隆一朝六十年(1736~1795年),是清代封建社会发展的鼎盛时期,瓷器生产取得了空前的繁荣。制瓷业集我国历朝名窑之大成,制作了许多精巧无比的瓷器。不仅官窑成就显著,民营窑场也兴旺发达。此时,景德镇御窑厂规模庞大,在督陶官的管理下,每年烧造各种瓷器都在数十万以上,送入宫中。烧出的瓷器无论是工艺技巧还是装饰艺术都已经达到了炉火纯青、出神入化的地步。清代许之衡在《饮流斋说瓷》中形容当时瓷器“至乾隆,精巧之至,几于鬼神工”。

乾隆青花仍是当时瓷器生产的主流,承袭康熙、雍正青花的特点,并在其基础上继续发展创新、提高,体现出在制作技巧上达到前所未有的成就。从工艺制作上看,其胎体的成型、青料的绘制等等,每一道工序都是一丝不苟,精工细作,精益求精。

**青花大盘**  
清代(公元1644年~1911年),口径38.5厘米,敞口圈足,盘内外绘青花缠枝莲纹,该盘为清代乾隆民窑之精品。现藏于河南天成文物陈列馆,极具观赏及收藏价值。

**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

## 海尔奥运营销: 让我们都成为奥运的主人



在北京2008年奥运会白色家电赞助商签约仪式上,与会领导合影留念。

临近国庆,记者从北京奥运会白色家电唯一赞助商海尔方面获悉,一场以“2008,我们是奥运的主人,海尔!”为主题的奥运营销冲击波即将在全国铺开。据郑州海尔工贸公司相关负责人透露,国庆期间,他们将把整套家电的推广与奥运营销紧密结合,联合各大卖场深入开展“生活奥运吉尼斯”等丰富多彩的群众性迎奥运活动,真正让普通民众成为传播奥运文化的主人。

### 海尔产品 奥运场馆的主人

早在2004年,海尔就开始了奥运营销战略,并且首次试水成功,把中央空调安装在雅典奥运体育馆。如今,2008年奥运会的31个奥运场馆中已经有超过20个奥运场馆采用了海尔31大类家电产品。问及如何取得了如此多家场馆家电配套的原因,海尔给出了“细节决定成败”的答案。

一次次对微小细节的斟酌和完善使海尔的产品日趋智能化和人性化,真正的奥运还没有到来,而海尔已经收获。海尔表示,奥运文化与海尔企业文化息息相通,奥运精神“更快、更高、更强”与海尔“不断挑战自我,勇于突破,不断创新”的文化核心一脉相承;2008年北京奥运会绿色、科技、人文的奥运主题与海尔产品的研发方向一致。海尔整合了全球研发团队,专门开发绿色健康奥运产品,如静音冰箱、不用洗衣粉洗衣机等。

### 奥运主人 海尔携手全民扮演的角色

2007年以来,海尔通过组织各种公益性奥运宣传活动,将传播奥运精神与品牌宣传有机地结合起来,让普通民众成为弘扬奥运精神、传播奥运文化的主人。今年五一期间,该活动郑州站在二七广场全面举行,吸引数万名市民踊跃参与。

在河南,海尔还将奥运家电的推广与奥运希望工程相结合,与河南省希望工程办公室、河南省青少年发展基金会联合推出“卖一台海尔奥运家电,捐献1元钱”的爱心活动;今年8月8日,奥运会进入倒计时一周年纪念日,经过郑州海尔工贸公司与郑州市政府及省、市体育局共同努力,一场声势浩大的“海尔空调杯”万人健步走活动在郑州绿城广场隆重举行。来自省会郑州各界的群众,用健步走的方式,表达了对北京奥运会的期盼和祝福。

郑州海尔工贸公司的负责人告诉记者:让全民参与奥运、让每个人都成为2008北京奥运会的主人,这是海尔奥运营销的核心。十一期间,“2008,我们是奥运的主人”活动必将为广大消费者奉献一场丰盛的生活奥运盛宴。

天玺



## 三教如鼎 云锦华章 天保九如海珍楼散记

表现,陈列文物的取舍极尽讲究,二楼陈列以儒道为主题,命名为“大哉乾元”。天地万物,大哉乾元,一元复始,万象更新。包房分别以大德留余、紫气东来等儒家和道家的著名典故命名,每个房间都有紧贴主题的古玩字画展示,其中青铜器比比皆是,因为它是中原文化的典型代表,是商周重器,是郑州被评为中国第七大古都的有力文物佐证之一。在显眼位置的橱窗里青铜礼器依然彰显着至尊的王权和威严的霸气,和酒店高端的定位一脉相承。而作为北宋五大名窑之一的钧窑,是河南文化资源里传承和发展得最好的一种文化资源。背负有“纵有家财万贯,不如钧瓷一片”的盛名,所以胡绍力深以为傲,钧瓷精品数量多,题材广,是酒店点睛之笔,“人窑一色,出窑万彩”的神奇瓷窑让人大饱眼福,而且它们可观可赏可集,不能大饱口福眼福之后淘得一件宝贝,只看你有无法眼和心结缘了。在这里,无论是房间装修还是文物展示,无论是大风格还是小细节都共同喻示着儒、道文化的精髓,浓缩着古人智慧的精华。

大德留余厅,语出《论语》。古人云,月盈则亏,水满则溢。因此为人处世应当留有余地,不宜持盈自满,盛气凌人,这才是大德,才是君子之道。

九霄鹏程厅以鲲鹏直上云霄之志激励人们志当高远,不甘平庸,大气磅礴,使人振奋。在现代社会中,人们面临着越来越沉重的各种压力,天放厅暗示人们随心所欲,放任自然,让心境彻底放松,让烦恼和压力纷纷烟消云散。

还有天道厅、天籁厅、知鱼厅等,无不匠心独运,趣味盎然。每一个房间,都是一个经典,每一个细节,都在营造一种现代人所缺乏的心境。

如果说二楼的“大哉乾元”集儒、道文化之大成,以“万佛朝宗”为主体的三楼则是佛的世界。因为煌煌五千

年的文明孕育了博大精深的中华文化。其中,儒、释、道是中国传统文化教育的三根擎天巨柱,也是社会政治、文化、道德教育的核心内容。而尝试用博物馆式酒店来展示三教合一的文化内涵,是胡绍力夫妇的一个梦想,天保九如无疑是他们梦想开始的地方,就在三楼,一个神秘的佛陀世界呈现在眼前。大堂中央陈设着释迦牟尼的镀金佛像,宝像庄严,金光闪闪。佛像前面的莲花池中,数百朵金莲闪烁金光。其背后则是数百尊姿态各异的金妆小佛。整个大堂佛光普照,可谓禅林福地。

三楼的包房分别以少林、般若等佛教名山或佛教名词命名。

这里是菩提厅。“菩提本无树,明镜亦非台。本来无一物,何处惹尘埃!”菩提使人忘却烦恼,心无挂碍。相传释迦牟尼就是在菩提树下悟道成佛的。

少林厅则以隋唐以来就声名远播的登封少林寺命名,千百年来,少林武术影响深远,近年来更是闻名中外,为世界文化作出了巨大贡献。

还有峨眉厅、五合厅等,每个房间都承载着一处佛教文化的盛宴,每个名字都通向一种高尚的精神境界。

“天保九如海珍楼”以传承与弘扬中国传统文化为己任,以宣传广大中原文化为宗旨,以挖掘和发扬健康饮食文化为理念,生动演绎着古典文化在世俗生活中卓越的魅力。它倡导“以人为本,文化立店”,其企业文化可以用一副对联来概括——

上联:道可道非常道世间商道自知道  
下联:为不为无不为人生作为种有为  
横批:持勤守正

这是当代人一种理想的人生境界,也正是“天保九如”企业文化的真正内涵所在。

徐小燕/文 李利强/图