

### 感恩节情怀 服饰类全场 感恩暖情

活动期间: 11月9日-11日

# 7折

## 满300元 送500元

折后 送不同档次家居用品

花雨伞 59元	CNN中科院卡 79元
朵彩 99元	6666 50元
热暖衣 99元	羽绒服 38元

特别企划 —— 名品特卖会

运动休闲广场特卖39元起  
九牧王一楼特卖80元起  
木林森广场特卖130元起

贺文化用品 办公用品  
大小家电 音像制品  
全家福新生活健身器材超市  
喜迁六楼

联系电话: 65957308 活动详见店堂海报 新加坡时计宝(郑州)紫荆山百货

## 郑州商场 大打“店庆经济”战

本报记者 赵羲

十一黄金周之后,郑州的天气逐渐变冷,这种随季节而来的寒气似乎也要侵袭刚刚火热起来的郑州各大商场,没有了黄金周假期作为依托,营销手段变得有点单一。不约而同,看上去有那么一丝心照不宣的默契,绿城各商场再次找到一个相同的促销单,店庆。有店庆的当然理直气壮,大张旗鼓地要开店庆经济,还没有到或已经过了店庆的也要想方设法分上一杯羹。于是,店庆在郑州的各大商场迅速火爆起来,你方唱罢我登场,谁也不甘人后,同一个题材,在竞争的火药味中被发挥到极致。

### 店庆日扎堆而来

从11月6日开始,丹尼斯的10周年店庆正式拉开序幕。对于忠实于丹尼斯的老顾客来说,每年的这个时候,都是攒足力气“血拼”的好时机。其实,十周年店庆这个噱头丹尼斯从今年年中就在用,6月29日到7月6日,丹尼斯推出10周年真情年中回馈活动;9月30日到10月7日黄金周期间,该店推出的是十周年之盛世天下庆活动;11月16日是丹尼斯建店10周年,真正的店庆日马上来到,丹尼斯的促销活动自然少不了。

店庆促销的大幕从十一黄金周之后就已经拉开,10月18日,麦德龙郑州郑东商场的2周年店庆开始;10月19日,正道花园商厦、正道中环百货两家商场同时过起了生日;紧随其后,10月27日起,郑州百货大楼的52周年店庆也粉墨登场。

郑州商业市场的一大主力大商新玛特金博大店庆日早已过了,但该企业营销部人士表示,大商集团全国同庆大型促销活动将在本周开始,该店自然倾力参与。

一望可知,一场关于店庆的战争正在郑州各个商场间上演。

### 商家们各显神通

每一个商场的店庆促销都以回馈为主题,折扣、优惠当然免不了,就看哪家最有门道。

10月19日~29日,正道花园商厦8周年店庆活动,该店推出了秋冬新款7折起、当日累计购物满780元参加8重赠礼、闭店专场答谢会等活动。同时进行的正道中环百货3周年店庆,则推出了百万豪礼刮刮乐、笔记本电脑天天抽、3周年答谢夜等活动。

郑百52周年店庆则推出了系列活动,包括羊毛衫购物节、羽绒服节等,“300品牌联袂巨献,满200元直减100元现金”。让人眼前一亮的是,郑百还推出了以慈善为主题的捐助少林寺慈幼院孤儿促销活动,募捐加促销,以少林寺方丈的影响力,相信该店收获不小。

比店庆日提前10天,从这个月的6日起,丹尼斯的卡友就可以提前享受该店的各种优惠,该店培养忠实客户的良苦用心可见一斑。11月9日,店庆促销正式开始,折扣、抽奖等促销手段自然一个也不会少。

为了在众多的店庆中脱颖而出,各商场的营销策划人员没少费脑筋,省会

一家商场的营销人员对记者透露,“每一次店庆前,我们都准备1个多月甚至更长时间。”

### 店庆经济妙用无穷

郑州各商场大张旗鼓地进行店庆促销,自然是因为其效果非凡。

有业内人士透露,北京一家商场周年庆典期间的销售额,占全年的比重高达25%。正道花园企划部经理张守军表示:“我们店每年10月份的销售任务都订得最高,就是看中了店庆的影响力。”据悉,正道花园今年店庆期间的销售额与去年相比,增长百分比为两位数,“而且是很大的两位数”。

除了销售额可以大幅上升之外,店庆还是一个培养忠实客户的大好机会。让利回馈,永远是抓住一般消费者的妙招。丹尼斯百货企划部徐琪表示:“一年中,也就‘年中庆’和店庆促销力度最大。”

而且,最重要的是,刚刚过完黄金周,消费者很难找到花钱的理由,商场拿生日做卖点,消费者掏钱也就更加爽快一些。接下来,圣诞、元旦、春节、情人节等一系列节日接踵而来,商场全年的促销链条将环环相扣,没有空白。

### 消费快递

#### “礼品百货,尊贵消费”模式定位紫百

随着“礼品百货,尊贵消费”的主题经营定位的确立,新加坡时计宝(郑州)紫荆山百货为国内外知名品牌搭建了一个在郑州乃至中原的经营平台。三楼汇集了罗马帝国、赛丹、柒牌、皮尔卡丹等国内外知名男装品牌,在这个经营定位的引导下,新加坡时计宝(郑州)紫荆山百货的品牌号召力形成了良性循环。

ROMANKING 罗马帝国是源自世界服装王国意大利的经典男装品牌,诞生于十九世纪中叶,当时主要备受上流人士的青睐,成为地位和身份的象征。随后,ROMANKING 以其独特的定位、经典的风格、优秀的品质、高贵时尚的消费感觉由意大利风靡至整个欧洲,成为成功男士倾慕的服装品牌。

ROMANKING 品牌,秉承古罗马皇室的尊贵血脉,汲取东方文明的精华,完美体现了华贵、典雅与时尚的品位,使东方文明与古罗马文明交相辉映,放射出璀璨的光芒。

ROMANKING 品牌,汇聚了正装、休闲装、皮具皮鞋、配饰等20个产品单元,华丽时尚的面料、卓尔不凡的设计、精雕细琢的工艺,每一细节都表达出独特的艺术灵感和卓越的品质。意大利源远流长的服饰文化经 ROMANKING 的演绎得到了完美的展现,体现了成功男士追求更高目标和完美表现的欲望,以及积极面对人生的态度和善于驾驭事业、享受生活的无穷魅力。

增加国际顶尖品牌的数量,提高国际顶尖品牌的比例,是百货商场提高竞争力所追求的的重要目标。毫无疑问,新加坡时计宝(郑州)紫荆山百货志在超越这个目标,并用自己的行动在“精品百货”的道路上又向前迈了一步。

赵佳

#### 支付宝推手中小企业国际化

“我们正在进一步拓展与商业银行的合作网络,为支付宝用户提供更加便捷的第三方支付服务。”阿里巴巴集团旗下独立第三方支付平台支付宝公司相关负责人说。

据悉,迄今为止,与支付宝达成合作协议的银行增至16家。加上与中国邮政、VISA 等的携手,从2004年至今,支付宝用三年时间打造了一个全国最大的独立第三方支付平台。

依据这一平台,一方面,中小企业可以与银行系统顺利对接,降低了批量、小额交易的结算成本。另一方面,个人用户又可以享受到许多独特、多样化的金融服务。

支付宝相关负责人认为,支付宝对这个产业的作用远不是作为“工具”的支付平台,而是对“信任”文化的打造。

今年8月,支付宝将“全额赔付”制度,这一概念全面升级推广,发起“网络诚信计划”,同时发布了国内首个“互联网信任标识”,并以严格的审批和退出机制加以保障。

这一举措,让信用变得可视和具体化,更重要的是,也首次给“信用”赋予了真正的商业价值。

截至10月17日,支付宝注册用户已经增至5200万,加盟商户达32万,日交易总额达到1.9亿元人民币,日交易笔数超过100万笔。

笑琳

### 消费维权

#### 消费维权热线开通

今年的消费维权主题是“消费和谐”。一直以来,消费者和商家的信息不对称是造成消费投诉的主要原因,也是维权难的关键所在。实现和谐,就要多多交流,就要进行信息互补,搭建起这样一个平台,是媒体的责任。

本报“消费维权热线”已经开通。搭建一个消费者与商家良好沟通的交流平台,为每一位消费者维护权益提供帮助,为创造一个良好的消费环境而努力,为促进社会的和谐发展而行动。

消费维权热线 0371-67655533 67655210

### 消费热线

#### 好店主不懈寻失主

“真没想到,钱包丢了还能再找回来。真是太感谢了!”昨日,李女士通过本报热线,诉说了她钱包“失而复得”的过程。10月27日,李女士到兴华南街南阳寨大火锅店吃饭,回到家发现钱包不见了,钱包里有重要证件,李女士既着急又沮丧。她心想可能丢在饭店里,可饭店那么多人找回钱包的可能性不大。

其实,此时饭店店主正在为找寻失主而四处打电话。饭店服务人员发现钱包后,唯一的线索就是钱包里有一个取衣服的单据,于是店主照着电话打到商场,几经周折终于联系上了李女士。李女士告诉记者,这家饭店拾金不昧的精神真让她感动。最后李女士希望借助本报向兴华南街南阳寨大火锅店表示感谢。

王璇

### 市场热点

## 本土品牌共造空调强国

本土空调品牌在国内外产销量大幅提升,继续稳居全球空调品牌产销前列,占据了全球空调市场压倒性的份额。分析人士指出,继2007冷冻年本土品牌巩固自身地位后,2008冷冻年度本土品牌的集群优势将更加明显。

#### 空调“火热”彩电“寒”

据国家信息中心信息资源开发部于10月份发布的《2007年度国内重点城市空调零售市场白皮书》显示,2007年国产品牌市场占有率提升幅度较大,外资品牌的占有率相对萎缩,松下、日立、LG、三星、夏普、三洋等外资品牌的市场销量占有率之和不到15%。在目前的家电领域内,空调行业是我国本土品牌为数不多的可以完全压倒国外品牌的优势产业。

相比之下本土彩电品牌的表现却很尴尬,尽管今年彩电企业在国内的市场份额并没有因合资品牌的低价策略导致过分下滑,但在出口方面却不容乐观,今年1月~8月彩电出口量同比下降49%。

业内专家指出,在诸多家电品类里,空调业牢牢捍卫着国产品牌的主导地位,空调企业业绩表现要比彩电企业好,这也是格兰仕、长虹、TCL 等家电品牌近年来先后

涉足空调领域的原因。

#### 空调企业稳扎稳打

据了解,国内空调企业在核心配套和技术创新等多个方面并不逊色于国外同行,从供应链的上游开始,本土空调就拥有深厚的根基。后期进入空调业的品牌,在发展上也是后劲十足。近年来,由于家用空调领域革命性的科技成果极为鲜见,主流企业以低调务实的态度狠抓技术创新和生产管理,格力、海尔等就一直注重空调的品质。

在新的冷冻年刚开始,各大主流空调品牌便都展示了融合了独家技术的空调新品,例如融合了自动清扫技术的海尔08奥运风空调、采用独立换气系统的格力卧室空调“睡梦宝”和整合了环保新冷媒技术的格兰仕08新品系列等等。专家认为,本土企业对消费者研究更加透彻,产品功能诉求也更能把握市场方向。

吴鑫

## 思科:未来五年内向华投资 160 亿美元

思科董事会主席兼首席执行官约翰·钱伯斯来华宣布长期中国发展战略

11月1日,思科董事会主席兼首席执行官约翰·钱伯斯在北京举行的新闻发布会上宣布,公司计划未来三至五年内在中国承诺投入160亿美元。思科与中国教育部、国家开发银行、阿里巴巴集团等签署一系列涉及教育、联合投资及中小企业等领域的合作项目。

对于此项投入,钱伯斯在新闻发布会上表示:“今天我们在此做出的一系列重大发布,不仅是看重中国在全球运营中的战略地位,更是着眼于中国市场为思科带来的广泛发展机会。”

他说,“在协作和 Web2.0 技术所带来的新一轮互联网发展浪潮中,中国将成为主要的创新力源泉。自1994年进入中国以来,思科已经在中国进行了诸多重大投资。今天我们发布的这些项目将为思科在中国发展的新篇章奠定坚实基础。”

思科此次与阿里巴巴集团达成全球战略合作,投资1750万美元,共同助力中小企业发展。

钱伯斯表示,他和马云彼此了解很多年了,

而阿里巴巴也是一个非常好的公司,思科收购了 Webex,针对于协作性工作,而阿里巴巴能够让他更好地完成这一目标,能够和阿里巴巴一起在世界市场上进行合作,非常高兴。

思科通过与中国教育部的合作,进一步扩大“思科网络技术学院”项目的规模。在今后三年内,思科将以中国中西部省份为重点,在众多高等职业院校中新增300所思科网络技术学院。到目前为止,思科在中国各地的70个城市拥有200多所网络技术学院,总共有9万多名学生得到了培训。按照新的计划,从现在到2010年,参与“思科网络技术学院”培训的学生总数将新增10万人。同时,思科还将捐助价值超过5000万元人民币的网络设备,以帮助新成立的网络技术学院建立实验室。 本报记者 宋笑琳

## 天成文物天地

### 陶瓷之路与中外文化交流

进入汉代,著名的“丝绸之路”沟通了中外文化间的交流,中国逐渐被誉为“瓷国”;进入中世纪后,伴随着中国瓷器的外销,中国又开始以“瓷国”享誉于世。

从8世纪末开始,中国陶瓷开始向外输出。经晚唐五代到宋初,达到了一个高潮。这一阶段输出的陶瓷品种有唐三彩、邢窑(包括定窑)白瓷、越窑青瓷、长沙窑彩绘瓷和橄榄釉青瓷(即广东近海一带的窑口生产的碗和作为储藏容器的罐)。输出的地区与国别有:东北亚的朝鲜与日本;东南亚的新加坡、泰国、马来西亚、印度尼西亚、菲律宾;南亚的斯里兰卡、巴基斯坦和印度;西亚的伊朗、伊拉克、沙特阿拉伯、阿曼;北非的埃及;东非的肯尼亚和坦桑尼亚。此时海上交通路线主要有两条,一是从扬州或明州(今宁波)经朝鲜或直达日本的航线;二是从广州出发到东南亚各国,或出马六甲海峡进入印度洋,经斯里兰卡、印度、巴基斯坦到波斯湾的航线。当时有些船只继续沿阿拉伯半岛西航可达非洲。前述亚非各国中世纪遗迹出土晚唐五代宋初的瓷器,就是经过这两条航线而运输的。



#### 蓝地轧道碗

清代(公元1644年~1911年),敞口圆足,外壁通体采用轧道工艺,蓝地绘皮球花;为乾隆民窑什锦碗。高:7厘米口径:17厘米。

现藏于河南天成文物陈列馆,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赏真;
- 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