郑州日报

2007年11月30日 星期五

中原商情

统筹 赵顺利 编辑 陈茜
电话 67655197
E-mail:zzrbxf@126.com

12

ZHENGZHOU DAILY BUSINESS

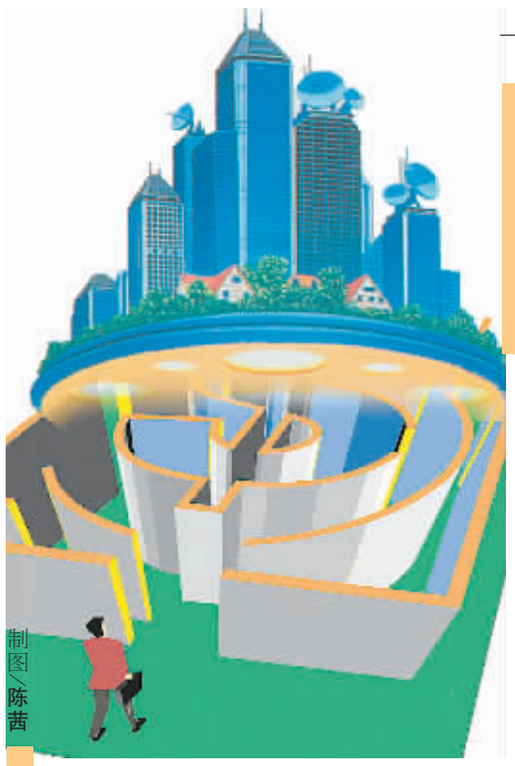
安利评出十佳优秀志愿者

本报讯 近日，“2007安利河南优秀志愿者十佳优秀志愿者”出炉，刘福莲、刘献蔚等10位优秀安利志愿者在表彰大会上表达了一个共同的愿望：希望自己能成为一个榜样，带动更多的人加入志愿者的行列、加入关爱社会的行列。

“生命因助人而精彩，让世界充满爱！”志愿者刘福莲，是安利(河南)平顶山分公司的一名营销人员，2004年，她成为了一名志愿者。为了帮助29名贫困失学儿童，她放弃买车买房的计划，一家人一直住在简陋的房子里，全力资助这些贫困的女童使她们重返校园。

像刘福莲这样的志愿者，在安利公司还有很多，为了鼓励更多的公司营销人员投入到关爱社会的行列，安利公司特意举办了这次颁奖活动。

安利(中国)河南分公司在河南经营10年来，累计参与公益活动200余项，投入资金超过400万元人民币。2004年，安利(中国)河南志愿者服务队成立以来，安利志愿者人数已超过2300人，累计组织超过一万人次的安利志愿者公益活动，为社会提供了5.4万小时的志愿服务。 (张清丽)



制图/陈茜

2007 中原商业：那些“退出”的故事

11月27日上午，安阳最大体量商业项目——中环百货整体产权拍卖流拍。退出商业竞争，这是2007年中原商业上演的另一种故事。这一年，采用各种不同的形式，许多商企都选择了“退出”，安阳中环百货的戏码只是一个缩影。战略性退出，这是一家商企在难以为继时的无奈选择，从另一角度来看，又何尝不是穷则思变时的以退为进？物竞天择，适者生存。优胜劣汰的故事不仅在自然界上演，在激烈竞争的商业行业中更是从来不会谢幕。2007年，中原商业有哪些商企参演了“退出”的戏份，饰演了什么样的角色？且听慢慢道来。

家世界的倒掉

2007年3月21日，华润集团低调发布消息，宣布其控股公司华润股份有限公司已经正式签署协议，全数收购天津家世界连锁超市有限公司（家世界超市）100%的股权。至此，曾经在中国家具建材零售市场上叱咤风云的家世界正式寿终正寝。

1994年成立的家世界集团总部位于天津，一直以家居建材连锁、超市连锁两大业务为主。在全国市场上，家世界在天津、西安、咸阳及兰州处于市场领先地位，2006年全年营业额约人民币50亿元。

2005年，家世界筹备多年的上市计划中途搁浅，但由于以上市为直接目的的过快扩张占用了大量资金并稀释了管理，家世界资金链紧绷，拖欠了各地供货商的大量货款，部分供货商随后停止供货并群起索债。

2006年10月，家世界集团原总裁杜厦向山西美特好出售了青岛、烟台、太原、包头和呼和浩特的8家连锁超市，在转移部分债务的同时筹得资金约5000万元。两个月后，杜厦又将建材业务卖给了美国家得宝，获得资金大约7亿元。

3个月后，杜厦解散外国高层管理人员，获得资金的目标再次落空。被华润集团全数收购家世界超市在天津、西安、咸阳、兰州等地的55家大卖场。

家世界2004年9月进入郑州市场，退出市场时在郑州有4家门店，在安阳、洛阳各有一家。短短三年时间，家世界在郑州就把进入、崛起、衰落、退出的戏码演了一遍，其风云变幻之快让人无法不生出感叹。

但商业战场就是如此，只见新人笑，哪闻旧人哭。十一黄金周期间，大商集团建设路店隆重开业，有多少人记得这是原来的家世界筹划已久的一家新店？

世纪联华“断臂自救”

今年年初，1月17日，河南世纪联华公司对外宣布撤出新乡市场，将把主要精力放在郑州。对于世纪联华来说，这一年冬天的寒气似乎特别咄咄逼人。

业内人士认为：世纪联华关闭部分地区的门店，其实是“断臂自救”，是痛下决心解决前几年快速扩张所积累的问题。

其实，世纪联华在新乡的开局还是很兴盛的。2004年9月26日，世纪联华正式开业迎宾。开业3个月，世纪联华已成为新乡市零售业的龙头老大。2005年更是一飞冲天，以大卖场单店全年销售1.03亿元巩固了在新乡市场的占有率。在2005年年终会上，世纪联华新乡店被河南总部评为“最特别门店”。

转折点就在2006年，随着竞争对手胖东来的开业，世纪联华新乡店生意日渐萧条，以至于最终不得不退出新乡市场。

“据不完全统计，2007年度零售企业关门停业事件近40起，其中主要是大卖场。”中国连锁经营协会的有关人士透露。有专家人士认为：中国的大型综合超市用6年时间走完了家乐福、特易购、沃尔玛等欧美国家几百年的零售历史，并迅速上升至中国零售业的第一主力业态。然而，当又一个6年结束之后，这种以低价为诉求的大型综合超市在中国却开始出现向下的拐点。

紫百华丽转身

9月6日，新加坡时计宝(郑州)紫荆山百货盛大开幕新闻发布会在中州皇冠假日酒店隆重召开，郑州市紫荆山百货大楼从此成为历史。

这是郑州国有商业企业引进外资重组成功的第一例，为了这一天，紫百人忙活了可不止一年。期望在重组中浴火重生，这是紫荆山百货在市场激烈竞争下的战略抉择。

“2007年是转型改革年，主要实现体制转型、机制转轨、组织架构重组，人员合理调配；2008年是创新提升年，注重决策的科学性、前瞻性，旨在通过创新思维向现代企业制度靠拢，促使公司经营、管理、形象有一个质的嬗变和提升；2009年是突破发展年，通过两年的调整和打拼，促使新紫百打开一个新局面，使新紫百在已相对成熟的花园路、紫荆山商圈的龙头地势上站稳脚跟，力争步入大型连锁百货行列。”这是新加坡时计宝(郑州)紫荆山百货总经理巩玉梅描绘的三年规划。

现在，国有性质的紫百已经正式退出，有外资注入的新紫百期待扬帆远航，美好前景就在不远处。 赵 羲

天成文物天地

古老的玉文化

我国的玉文化是非常古老的，是在母系氏族社会的中后期，一直到父系氏族社会这一段出现的。古玉之所以有鉴赏价值，是由于材料本身有特殊的鉴赏价值，再加上从古代辗转流传到今天经历了几千年的时间所产生的一种残缺美。

玉形成了中华民族的传统基因。玉这种物质材料跟我们中华民族的性格有许多吻合之处。西方文明和中华文明区别的最根本一点，就是玉跟宝石。由于玉的美的基因、神学的基因促成它在整个的社会生活中不同于石头，也不同于其他的材料。

鉴赏玉器有三个突破口。第一是玉料，无论收藏古玉、清代玉、现代玉，材料好就行。其次玉器的器型与装饰，中国的玉器的历史最低也有一万年。第三是沁色，即玉器埋藏到土里以后，受土里的各种化学元素的影响、干扰，所产生的表面的一些颜色，使玉质发生这样那样的变化。沁色是客观存在的，大体上有红、黄、黑、白四色。

中国人对待古玉器应该是“首德次符”，“德”就是玉质，“符”就是颜色，其次才是颜色。沁还不是符的问题，符是天然的，是玉在生成过程中形成的一种颜色。

中国人对玉的特殊喜好自古有之，在古代，君子无故玉不去身，君子与玉彼德焉。而玉的温润色泽象征仁慈，坚硬质地象征智慧，不伤人的棱角表示公平正义。民间相信玉能护身、驱邪，代表着正气和灵性。对于古玉，可以工精、质优、色巧、形奇为标准进行收藏。一般说来，新玉的鉴定侧重于真假玉材、质地优劣与雕工的精细；而旧玉的鉴定，则要识别玉器的制作时代、历史上的作用和占有者的身份等等。古玉一般刀法比较精美，纹饰比较古朴，鉴赏古玉，更应重视的是其文化内涵和历史价值。

玉坠

年代：清代，通高：5厘米。此件雕工精美的玉坠是清代的一件祥瑞配饰，古朴流畅的线条充分体现了当时玉文化的内涵。现收藏于河南天成文物展厅内，具有特殊的鉴赏价值。

记者提醒——

●天成文物每天都有省博专家免费为您鉴宝赏真

●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

消费快递

11月28日，由郑州市酒类行业协会主办，主题为“倡导诚信经营，保障酒类安全”的预备会在天河大酒店举行。

赵 佳

购买碳粉注意防伪

日前，郑州金水区科技工商所和理光公司在郑州数码广场、电子广场、数码港等地方进行了市场检查，一共查出假冒理光碳粉百余只，予以没收处理，并对销假人员进行了批评教育。

为打击假货，理光的碳粉瓶商标由原先的塑胶商标改为纸制商标。新商标采用显微印刷技术印制了防伪标识。此防伪标识是由多个RICOH标志组成的，将防伪标贴撕开后将会留下“VOID”的字样。此外，最新的理光数码碳粉瓶在靠近瓶盖的瓶身上凸印有RICOH标志。

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

消费关注

电视消费何去何从

专家建议适合就是最好

近几年来，伴随着液晶电视和等离子电视发展步伐加快，业内一直充斥着“传统CRT电视即将退市”的传言。虽然传言四起，但是CRT电视依然“活”得好好的。近期，随着OLED(有机发光显示器)的出现，“平板电视技术存在缺陷，OLED势将取代液晶和等离子”的声音又开始在业内流行开来。这让一些准备购买电视的消费者感到无所适从。对此，国务院发展研究所的专家指出，如今彩电技术发展迅速，新产品竞相出现，一些企业为了自己的利益经常制造声势。为此，消费者在购买彩电时要切记量力消费，适合的就是最好的。

专家指出，相对于平板电视，CRT电视毕竟有着50年的历史，技术已经相当成熟，其高性价比是经过市场长期考验的结果。尽管平板电视普遍被认为是CRT电视的替代技术，但目前平板电视技术还没有完全成熟，在画面质量和成本等方面无法与CRT电视相比。因此，如果平板电视在亮度、图像质量、反应速度和制造成本上不能取得决定性进步，要彻底淘汰CRT技术，还尚待时日。

随着2008年奥运会的临近，中外平板电视制造商对大屏幕、至轻至薄、动态清晰度、可录可控播放等“创新功能”的开发几乎到了无以复加的程度，但所谓“创新功能”实际上多为跟风之作，在产品本身的性能方面并无革命性突破。作为消费者，不要深陷一片概念炒作的浑水中，买电视，要量力而行，理性消费。

从当前主流的显示技术看，液晶电视在动态清晰度和响应时间这两项技术指标上还存在明显的缺陷，拖尾问题更是没有得到有效的解决；等离子电视的分辨率受到屏幕尺寸的制约，且价格和能耗居高不下；而平板电视轻薄的体积难以收到优秀的声音效果，外置音响系统又增加消费者的购买成本。因此，液晶和等离子都属于正在发展的显示技术，还存在着许多有待提高与改善的问题。此外，受到前端产业链发展进度的限制，目前无论哪种电视产品都无法真正实现高清转播，在这方面，CRT产品更存在相对优势。

CRT电视主流市场地位和显示优势目前还无法撼动，但消费市场始终期待一款外形时尚且质优价廉的新一代电视产品问世。近几年，OLED电视的发展前景广为业界热烈讨论，据悉，产品将在2010年投产上市，冲击甚至取代在画面质量和成本等方面稍逊的等离子与液晶电视。作为一种更高新的显示技术，OLED电视潜力不容忽视，但目前来看，在价格方面普通消费者显然是承受不起的。

王 峰