

近日,海尔“双品牌”市场运作在郑州、洛阳等省内大中城市全新亮相。立足高端市场的卡萨帝高端冰箱、洗衣机等和以海尔代表的全系列精品家电交相呼应。具备高清摄像与追时可录流媒体及重功能的1080P新款宝蓝平板电视、拥有超大容量的对开门、三开门冰箱、具有洗净即停独特功能的“净界”洗衣机、能够“自动清扫、持续刷新”的海尔2008奥运风空调等众多创新家电。

去年末,国家财政部、商务部联合在河南、四川、山东三省率先启动了“家电下乡”项目,通过对农民购买电器给予直接财政

补贴形式,促农村市场的家电普及。在“家电下乡”项目中,海尔冰箱、冷柜、彩电、手机4种产品36个型号中标,是中标品类、型号最多的企业。因此,配合国家“家电下乡”项目推进,推广“家电下乡”产品自然也成为海尔元旦、春节双节市场攻略的一大核心内容。为保证“家电下乡”项目顺利推进,海尔为“家电下乡”的产品型号增加了专门产品线,确保“家电下乡”产品货源充足。从去年12月至今年春节前,郑州工贸联合数百家海尔核心专卖店在全省持续举行了“海尔家电大篷车”下乡活动,深入到

省内各乡镇开展精品家电进村展示,同时将推出星级服务到家门、慰问乡村五保户等送真情活动,将家电下乡的宣传与传递海尔关怀有机结合在一起。春节期间,为方便农民购买带补贴的“家电下乡”指定产品,全省大多数核心海尔专卖店还坚持大年不歇业,受到了争购“家电下乡”产品的农民消费者的好评。双旦、春节期间,海尔各大专卖店销售额同比增长了60%以上,赢得了2008奥运年在河南市场的开门红。奠定了海尔品牌在家电行业的冠军品牌地位。

“3·15”消费维权

“3·15”消费维权 记者在行动

本报新闻热线 67655555,“同一片蓝天”活动热线 67655507 67655210 开通

本报讯(记者 孙志刚)花钱买东西,却买来一肚子窝囊气,顾客就是上帝,付完钱后却角色颠倒,商家霸气冲天。受了气你憋着,有了委屈你尽管说。3·15国际消费者权益日即将到来之际,本报开通热线受理投诉,并将联合工商、质监等有关部门为消费者全程维权。

今年中消协确定的3·15活动的主题是“消费与责任”。围绕这一主题,为促进“诚信郑州”、“和谐郑州”建设,促进商家诚信经营,本报将发挥舆论监督作用,在“3·15”前夕组织实施一系列报道。开通67655555新闻热线受理消费者投诉,并对消费者投诉跟踪调查,现场维权。今年本报受理投诉的重点为:保险、家电、汽车、房产、电子产品、家庭装饰装修、日用百货等方面的问题;集中受理投诉时间为2008年2

月22日~3月12日。在消费过程中,只要你遇到商家承诺不兑现,出现产品质量或服务推诿扯皮以及出售假冒伪劣商品等侵害消费者合法权益问题,请拨打新闻热线67655555联系我们。我们将在第一时间现场采访、追踪报道,并将联合市工商局、市质监局等有关部门进行调查,切实维护你的合法权益。

在这组报道中,本报还将联合工商、消协、质监等部门发布2007年消费者投诉分析,消费者维权典型案例,打击假冒伪劣商品典型案例,消费者投诉商家排行榜以及有关部门产品质量抽检“红黑榜”等。本报还将邀请消协、法律专家等人士为消费者提供消费指导、法律服务。

问鼎中原商家,责任爱心与共!本报还特别举办

2008郑州商界“同一片蓝天”大型公益活动。旨在为郑州商业和谐发展提供有益作为,充分展现郑州商企为建设公益社会所作努力。邀请有责任感的商业企业,以实际行动资助贫困学生,使贫困生感受到社会的关爱,让企业责任绽放异彩。

本报还将邀请有关专家作为本活动评委,评选出“2008郑州最具责任感商业企业”和“2008中原商界爱心人物”。该活动报名热线67655507 67655210即日起已开通。

“3·15”让我们扛起维权大旗,拿起法律赋予我们的权利,维护自身合法权益。我们也诚挚地向诚信厂商发出邀请,让你的社会责任绽放中原,接受消费者送给你最热烈的掌声和至高的荣誉。

春节后市场 消费“软着陆”

本报记者 赵羲

元旦、春节、情人节、元宵节,在2008年刚刚开始不到两个月的时间里,取之不尽的促销题材晃花了商家的眼睛,也让一场场促销大战来得理由十足。其中,春节是中国人最为看重的传统节日,七天的长假也显示了它的消费潜力,这自然早已被精明的商家算计好了。

2008年春节是国家进行节假日调整后的第一个黄金周,与往常一样,消费实现了一次大“爆发”,各个商场的销售数据都让商家高兴得不拢嘴。与假日调整和雪灾共同作用下的春节旅游市场不同,春节黄金周郑州的消费场所并没有承受反常的压力,在政府对物价的严密关注之下,在充盈着快乐和祥和的气氛中,2008年郑州春节黄金周消费顺利实现“软着陆”。

春节黄金周消费如期“爆发”

据郑州市商务局监测,从除夕到农历正月初六7天内,丹尼斯、大商新玛特、正道花园商厦等8家主要商业零售企业共同实现零售额1.91亿元,与去年春节“黄金周”1.37亿元相比增长39.4%。

如同往年的春节数据一样,这份数据在许多人的意料之中。春节前夕,丹尼斯百货行政处有关人员在接受采访时表示:“考虑到丹尼斯文化路卖场的开业,我们在春节期间的业绩将会有大幅增长,估计在40%以上。”

数据可以清晰地看出丹尼斯、大商新玛特在郑州消费市场的主导地位,其他几家商场暂时无法动摇其根基,传统的商业格局在逐步稳固。

此外,1.91亿元并非郑州春节期间市民消费的总和,不仅有几家在郑州零售场占有一席之地的商家如世纪联华、北京华联没被统计进去,而且只是8家商场从除夕到初六的销售数据。这说明我市的社会消费水平可能比统计更高。

据商务部最新数据统计,今年春节黄金周期间,

全国实现社会消费品零售总额约2550亿元,同比增长16%,较2007年春节同期销售增幅高一个百分点。

虽然是取消五一黄金周后的第一个春节黄金周,但各种客观因素使得春节消费市场并没有出现“井喷”,增长数字在预计范围内。

春节黄金周郑州消费平稳着陆

在此,我们可以对比一下2007年的“五一”和“十一”黄金周郑州的消费数字。2007年5月1日至7日,纳入郑州市商务局监测范围的丹尼斯百货等14家商业企业,共实现销售额3.72亿元,与2006年同期相比增长42.7%。2007年十一黄金周期间,郑州市商务局重点监测的丹尼斯、大商新玛特等8大商贸流通企业共实现零售总额3.42亿元,同比增长41%。

可以看出,春节黄金周的消费拉动能力并没有因为假日调整而大幅增强,2008年郑州春节黄金周的零售增长仍不及2007年十一黄金周。

南方大面积遭遇冰雪灾害期间,成千上万的外来工被劝导安顿留在当地过年,据悉,2008年

春运期间全国铁路运送旅客总量增幅是去年的两倍。许多专家认为,这是五一黄金周取消直接导致的,原本打算五一出游的人们选择了在春节提前出游。为何取消五一黄金周对春节消费市场影响较小?

首先,这是由人们的客观需求决定的。零售商品的销售最终取决于市场需求,人们一般不会因为假期的长短改变购买日用品的计划。有关人士预计,家电等耐久品习惯于利用黄金周促销,有可能会受到较大影响。

其次,商家化节日营销为日常营销的策略也会相应抵消五一黄金周被取消的影响。大商新玛特金博大店营销部负责人表示:“我们一向注重日常营销,商场销售不会因假日调整有大的改变。”

自2007年以来,物价成了人们比较敏感的字眼。春节黄金周期间,在郑州市政府的密切关注和有效干预之下,除部分蔬菜价格有所上涨外,其它如粮、油、肉、蛋等生活必需品价格基本保持稳定。物价的稳定为2008年春节黄金周郑州消费平稳着陆打下了良好的基础。



天成文物天地

隋代瓷器

隋代瓷器仍以青瓷为主,也有一定数量的白瓷。隋瓷的胎子普遍较厚,胎质坚硬,釉子无论青绿、青黄还是黄褐,均为玻璃质,施釉不到底,大多数都有垂流现象。隋瓷多光素无纹,部分带纹饰的主要以印、划贴为主。

隋代白瓷是从青瓷转化而来的,最早的白瓷是由北朝的制瓷工匠创烧的,但此时的白瓷釉不是真正白色的,而是透明的玻璃釉罩在白胎上。器物胎质较白,釉面光滑,隋代制瓷技术的重要成就之一,是成功地在瓷胎上采用白色化妆土。上釉前,精选含铁成分少的白瓷土细密地挂在坯上,可以避免瓷器烧成后胎体表面粗糙、坯面出现孔隙及胎体颜色不好等弊病,增强釉色透明莹润的质感,特别是对白瓷釉色透明度的提高和呈色的稳定,起着重要作用。

隋代瓷器器型主要有四系或六系盘口壶和罐、龙柄鸡首壶、唾壶、多格盘、五盅盘、高足盘、瓶、碗、盘和碗等。这时的壶、罐造型比南北朝时更加瘦高,讲究曲线美,肩部大多塑“U”字形系,也有桥形系。鸡首壶的鸡头挺胸耸冠,手柄一端的龙首探进盘口,非常生动。除了鸡首壶还有数量极少的其他动物形壶,这一时期还出现了双龙柄盘口壶。碗多为直口深腹,假圈足稍高。

隋代瓷器的花纹也很具时代特色,主要原因是模印花纹;用瓷质印模在未干的胎体上压印印花纹、草叶纹、几何纹,尤以印花纹最有代表性;其次是划花:莲瓣纹、卷叶纹、波浪纹。在很多情况下,我们只要凭瓷器的典型纹饰,便可以在一定程度上知道其是否为隋代器物。

青釉瓷杯

碗直口下收,碗壁匀施青釉。隋代(公元589年~618年),高:6.1厘米,口径:8.8厘米。此件隋代青釉瓷杯现收藏于河南天成文物陈列馆,是件收藏价值较高的珍品。

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

消费茶座

只关注消费增长还不够

2008年春节,全国实现社会消费品零售总额约2550亿元,同比增长16%。同一时期,郑州市的社会消费品零售额增长显得更为喜人,据郑州市商务局的检测数字,与去年春节“黄金周”相比增长39.4%。但在这令人欣喜的消费增长背后,还有许多问题是值得关注的。

首先是消费增长是否跟得上投资增长的步伐。据统计,2002年至2006年,我国全社会投资年均增长率26.1%,而同期最终消费年增长率仅11.4%(其中社会消费品零售总额年均增长率为12.2%),前者比后者快1倍。在投资增长步伐如此之大的时候,我们可以因为一点点消费增长而快乐吗?从马克思的经济学理论可以知道,持续的投资过度必然反映为明显的产品过剩,最终导致很多生产能力闲置,并进而引起投资增长明显减速。郑州作为省会城市,吸引投资的能力自然在河南首屈一指,这给郑州带来许多发展机遇的同时也提出了一个重要的问题:郑州能不能利用好这些投资,用什么办法合理配置和引导投资需求?

其次,在市民消费增长的同时是否带来了物质享受的增长。2008年春节黄金周期间,全国实现社会消费品零售总额约2550亿元,同比增长16%,较2007年春节同期销售增幅高一个百分点,但考虑物价因素,商务部预计社会消费品零售总额的实际增速为10%左右,低于2007年同期水平五个百分点。在人们的物质文化需求不断提高的今天,该如何保证人们的合理物质需求得到满足,从这个意义上说,只关注消费增长还不够。

赵羲