

商情速递

国际品牌爱步入驻新紫百

近日,世界三大休闲鞋品牌之一、被称作丹麦皇室用鞋的爱步进驻新紫百一楼。爱步(ECCO)品牌1963年由35岁的丹麦鞋匠卡尔·土斯比(KARL TOOSBUY)创立。20世纪70年代,爱步进入中国,凭借集舒适、轻便、灵活、柔软、缓震于一身的优点很快就获得了中国消费者的认可和喜爱,并被称为“会呼吸的鞋子”。如今,爱步生产线遍布全球十几个国家,员工超万人。

“这是河南省的首家旗舰店,”紫百的执行总经理徐振营先生介绍,“爱步的入驻,标志着紫百‘礼品百货、尊贵消费’企业经营定位更趋完善。”据他介绍,其它如高档化妆品品牌“丝芙兰”等20多个国际一线品牌也在引进装修或签约中。

赵佳

“让爱无界”金饰系列郑州上市

本报讯(记者 楚天璧)9月18日,国际性黄金推广机构世界黄金协会与郑州著名珠宝零售企业金鑫珠宝联合为2008年“唯有金·纯金精品——让爱无界”金饰系列举行隆重的新品上市活动。

发布会上,世界黄金协会展示了本季最新推出的“唯有金·纯金精品——让爱无界”情侣对坠金饰,用别具匠心的设计、精细的做工,完美诠释跨越时空、文化、语言等界限的全新的爱意概念。现场世界黄金协会代表还为指定经销商金鑫珠宝授牌,从而拉开了“唯有金·纯金精品——让爱无界”全新系列金饰在河南地区发售的帷幕。

谋略时代 搜狗开坛支招

近日,“搜索营销已进入谋略时代”的行业观点,引起了多方关注。而为鼓励企业分享实战经验,搜狗发起的“搜索营销谋略论”大讨论,在业内和企业界反响也同样强烈。

“随着搜索引擎技术的不断升级,搜索商业产品的多元化、智能化特征已非常明显,这对企业搜索营销提出了更高的要求。”搜狗代理商河南利尔告诉记者,早在2001年,搜狗分类目录已经开始收费登录,这标志着搜索营销正式在国内兴起。当时,整个市场刚刚启动,竞争还不算太激烈。随着搜索引擎上上下文分析技术引入竞价产品,竞价信息能够出现在更多的平台中,搜索营销的专业性也随之凸显出来。如今,企业不仅需要驾驭更加智能化的搜索商业产品,还要面对日益加剧的搜索营销市场竞争。因此搜狗方面认为只有具备搜索营销谋略——知识丰富、技巧纯熟的企业,才能最终达到营销预期。对此,搜索营销专家指出,随着企业间搜索营销竞争的加剧,搜索营销知识和技巧的欠缺已成为制约搜索营销效果的关键。据了解,这次由搜狗发起的“搜索营销谋略论”大讨论一经推出,就受到了企业的青睐。许多企业踊跃分享自己的实战经验,以期得到专家的指点。搜狗搜索营销谋略论的提出,正是关注企业搜索营销生态的结果,这在搜索商业产品市场服务为王的趋势下,将有助于搜狗进一步奠定其在业内的专业搜索服务提供商形象。

楠楠



栏目记者 赵羲

百货业挺进中西部地区

商务部市场运行司监测显示,今年上半年,全国千家核心商业企业零售指数同比增长20.1%,其中,中部、西部、东部地区同比分别增长23.3%、22.6%和18.4%,中西部地区消费增长明显快于东部地区。中西部地区不断增长的消费市场,吸引了王府井百货、国美等零售企业纷纷西进开店。

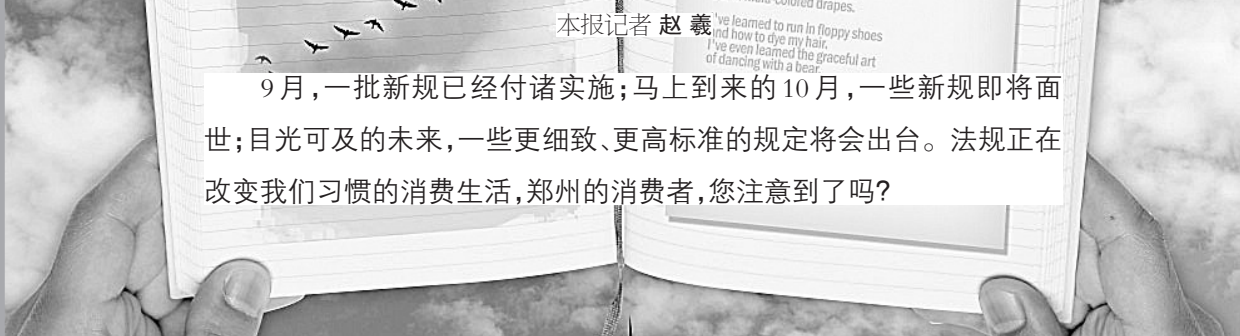
视点:中西部零售业的又一个发展高潮要来了?我们看到,随着中西部地区消费市场的增长,以及东部城市优质商业物业减少、竞争日趋激烈,各零售企业纷纷谋求中西部地区的扩张。毫无疑问,对中西部城市而言,这是一个发展商业的良好机遇,对于已经在中西部城市扎根的零售企业而言,这则是一次严峻的挑战。放眼郑州,今年,银泰百货和新世界百货都已经开始在郑州圈地,对周边的百货业造成了不小的冲击,这还只是个开始。“过江龙”已经来了,“地头蛇”准备好了吗?

四大因素阻碍网络商城发展

据《北京商报》报道,自从2001年西单商场启动了自己的网络卖场以来,双安、翠微、国美等传统零售商也陆续开办了自己的网络卖场,寻求线上的突围。但是截至目前,传统零售企业的网络卖场发展缓慢,难以形成气候。记者调查发现,人才缺失、不受供货商认可、配送难题以及企业对网络卖场重视程度不够这四大因素制约了发展,造成了现在大型传统零售企业网络销售的尴尬局面。

视点:俗话说,看人吃饭格外香。几年前,一些商家看到网络交易风生水起,很是眼红,于是打上了网络卖场的注意,然而,他们很快发现,这碗饭也不是好吃的。于是网络卖场渐渐沦为面子工程。这里,我们不想讨论网络卖场为何难以赚钱,目前具有哪些缺陷,只想问一句,网络的自由和散漫可以融合商场的规整和统一吗?有人说,假以时日,网购将成为商业主流。如果这句论断成立,网络卖场的美好明天究竟何时到?

新法规:给消费加道“护身符”



9月,一批新规已经付诸实施;马上到来的10月,一些新规即将面世;目光可及的未来,一些更细致、更高标准的规定将会出台。法规正在改变我们习惯的消费生活,郑州的消费者,您注意到了吗?

本报记者 赵羲

9月 这些法规已实施

食品不能吹嘘有药用功能;化妆品不得明示或暗示有医疗作用;牙膏和沐浴露被纳入化妆品的范畴……从今年9月1日起,由国家质检总局颁布的《食品标识管理规定》和《化妆品标识管理规定》正式实施。

按照规定,牙膏、沐浴露等市民常用的日化品也将被列入化妆品标识管理行列。新规首次明确,化妆品必须在最小销售单元的外包装上明确标注全成分表,含生产日期、保质期、批号及产品的净含量等;同时对标注中“企业承担责任”内容予以规范;禁止标注利用字体大小、色差或暗示性语言、图形、符号等误导消费者。

《食品标识管理规定》中还明确7类内容不得出现在食品标识中:如明示或暗示具有预防、治疗疾病作用;非保健食品明示或者暗示具有保健作用的;以欺骗或误导的方式描述或介绍食品;产品说明无法证实其依据的;不得使用国旗、国徽或人民币作为标识等。

记者近日走访省会部分超市发现,仍有部分食品标识有保健功能,以疗效为宣传重点的牙膏不在少数,面膜、保湿乳液、化妆品等大部分产品都标注了“美白、去皱、去痘”的字样。商家表示,这些产品都是在规定实施前生产的,现在所有食品、化妆品包装正进入新旧更替阶段。值得忧虑的是,记者随即采访

10月 这些法规将实施

9月15日,郑州市人民路一家超市,在果蔬、生鲜区内,都有滚轴式手撕塑料袋。记者看到,这些保鲜袋上没有任何标识。

根据国家商务部在“限塑令”后出台的补充意见规定,从10月1日开始,无论是盛装水果、蔬菜、生肉,还是熟食等食品的手撕袋,除了不得具备携带功能外,都必须按照食品塑料袋的要求提供给消费者,即塑料袋上除了企业信息等外,还必须注明“食品用”、“QS”等标识。超市手撕塑料袋的免费盛宴即将结束,无标识的手撕塑料袋将于9月30日退市,10月起停止销售使用,同时将限塑范围扩展到餐饮、书店、服装店、建材店等场所。

从下个月开始,如果你在购买婴幼儿服装时没找到“不可干洗”的标识,那就要注意了,因为那可能是不合格产品。

由国家质检总局发布的《婴幼儿服装标准》将于10月1日起正式实施。这是我国首部专门针对婴幼儿服装服饰安全制定的行业性国家标准,标准中凡涉及婴幼儿服装安全方面的条款均为强制性规定。该标准针对婴幼儿爱拉拽衣物、咬衣服的特点,制定了领围尺寸大小、拉链头不可脱卸、服装上绳带的长度及强度、重金属残留量等技术要求。新标准还提出一个特殊的要

求:婴幼儿服装在产品标识上必须标明“不可干洗”。因为干洗使用的有机溶剂,洗完后会残留部分残留在服装面料表面,从而对婴儿皮肤产生刺激。

接着 这些法规会出台

“三鹿奶粉”事件为食品安全问题敲响警钟,质检总局17日发布公告,即日起停止所有食品类生产企业获得的国家免检产品资格。同时,国家标准委正在修订乳品相关标准,避免再次发生常规检测不易发现造成的安全事故。

经过近三年的讨论和修改,《循环经济促进法》于2008年8月29日由十一届全国人大常委会第三次会议审议通过,将于2009年1月1日起施行。根据《循环经济促进法》,国务院将出台一系列的细则,家用电器报废回收或将有新规定,行业面临洗牌。国家统计局相关调查表明,粗略估计,我国平均每年需报废的电视机在500万台以上,洗衣机约500万台,电冰箱约400万台,每年淘汰1500多万台废旧家电。

据悉,继空调能效等级新规出台之后,《交流电风扇能效限定值及能效等级》即将发布,电风扇行业不复平静,根据新规,预计今后全国将有一成电风扇被淘汰,新规出台之后,电风扇将以另一种面貌面世——贴上崭新的节能标志。

大商新玛特金博大店 折扣信息 活动时间:9月19日~9月22日 活动内容: 1.服饰全场8折起。 2.单柜消费满200元减20元,满200元减40元,满200元减60元,满200元减100元。 3.重磅品牌消费满600元加赠60元新玛特礼券(特例商品满1800元加赠60元新玛特礼券),礼券可在...

郑州百货大楼 本周鞋类优惠—— 1.梦特娇男鞋全场新款8折优惠券,并赠送礼品,部分男鞋特卖160元至190元,女鞋特价120元起。 2.金利来男鞋全场7折优惠券,特价298元。 3.黛安娜女鞋新...

紫荆山百货 活动时间:9月19日~9月21日 活动内容—— 1.当日购满500元以上即送“缤纷礼”一份。 2.当日消费满1万元以上的顾客可申办紫荆山百货VIP卡一张,并可获赠精美礼品一份。 3.活动期间,当日消费满100元以上即送礼品一套,当日消费满300元即送“芙蓉SPA名媛女子会所”价值680元的体验大礼包;VIP会员当日消费满300元即送“芙蓉SPA名媛女子会所”价值1280元的体验大礼包。

古井贡酒新品抢滩郑州 白酒企业启动了一场声势浩大的“回归”计划,在合肥发表新产品的行动就是该计划的一个重要组成部分。会议以“贡献与分享”的主题切入,最后由古井贡946/846的揭幕达到高潮。中国食品工业协会副秘书长马勇、中国戏曲音乐协会名誉会长、黄梅戏泰斗时白林老先生等人纷纷就美酒精神与淡雅美酒古井贡做了发言。“在产品制造的每一个环节,参与制造的工作人员都要在工作中保持内心善良,对所从事的工作充满热爱之情。每一个细节都是用了最大的能量完成的,是在个人热情和能力的极限状态下完成了一个产品的全部工序,同时最大程度使用环保材料。”在许多不同场合,古井集团董事长兼总裁曹杰都表露了同样的观点。中国白酒...

数码看台

三大利器造就 LG KM380/KM710 专业音乐手机

音质至上的动听好声音成为了2008年音乐手机的新标准。作为倡导“声声生动,乐在其境”理念的全球第四大手机厂商LG电子,在今年第二季度推出了以LG Sound Engine音乐平台为核心的KM380/KM710音乐手机。



LG Sound Engine 创造完美音质 KM380/KM710作为LG最早推出的两款音乐手机,都是基于LG Sound Engine平台的产品。LG Sound Engine包含了由传奇调音大师马克·李文森(Mr.Mark Levinson)调谐出的一种叫做“Natural Sound”的播放模式,以及9种音乐协调模式和4种LG研发的特别模式,追求极致细节的爱乐者可以仔细调整高音、低音和中频,以及采用系统默认的9种模式。

灵悦音梭让音乐有声更有色 LG的工程师们洞悉到这一点,他们给喜爱音乐的朋友提供了一种更具操控感、更纯正、更快捷的欣赏音乐的方式,这就是灵悦音梭。

LG KM710的灵悦音梭可以顺时针或者逆时针旋转,也可以上下左右进行选择,采用机械式的操作也相比电子感应式来得直接。在灵悦音梭中间的是一块像素为128x128,大小为1.1英寸的触摸屏,LG颇有创意地把它做成了虚拟键盘,它会随着菜单和选项的变化,出现不同的选择项目。

专业音乐播放功能匹敌高端MP3播放器 类似于全球最先进的MP3产品,KM380/KM710也提供对演唱者和专辑封面的支持,并可下载相关的数据丰富媒体库。KM380在镜面半翻盖上提供一组快捷按钮,切换演唱者和播放列表,而KM710则采用华美的灵悦音梭,在手指滑动间完成对歌曲的切换和操控。 KM380/KM710音乐手机支持三方蓝牙音乐共享,支持最多三个用户利用立体声蓝牙耳机共享手机的音乐。而KM380长达40小时的超长播放时间,更让爱乐者得到最大的满足。 费文

三星U4 用浪漫设计诠释音乐心情



作为三星MP3 U系列新品,U4采用感性的Litmus渐变式设计理念,呈现出优雅、神秘的感觉,U4的音质采用三星独有的数码自然音效(DNSE)技术,饱满的低音和环绕立体声效果使音乐富有空间感,三星U4的功能也非常实用。FM广播,FM内录可以保存时时广播快讯。语音录音在记录会议记录、重要课程内容发挥重要作用。据悉,在双节期间,购买三星MP3新品U4还将获赠三星MP3精心为用户准备的高级原装充电器一台,使消费者更为便捷的体验U4带来的音质生活。 米兰

三星数码相机 蓝调魅力 娱乐领航



越是喜庆的日子里,记录影像就越显得珍贵。这个黄金周,三星蓝调NV100HD和NV106HD一定可以凭借其高清视频摄录功能,带给你前所未有的体验。蓝调NV100HD和NV106HD超过千万像素的拍照能力,配合施奈德镜头的神奇特效,都会帮助你记录下无数个感人的瞬间;更绝的是,利用这两款相机拍摄出来的720P高清视频,可以直接在高清电视上,按照1:1的比率原形重现。据悉,在双节促销期间,购买以上三星两款产品的消费者,均能获得2G存储卡和电池一块。 米兰