

商情播报

锦泓珠宝巨舰 春节期间启航

元旦前夕,记者在锦泓国际珠宝交易中心一层看到,冬日寒风中,许多工人正在忙碌地施工装修。锦泓国际珠宝交易中心董事长陶红亚接受采访时表示:“目前,东方金钰、周大生等商户都在紧张地装修过程中,我们希望能够赶在春节之前开业。”

在一楼西大厅,30多名装修工人正在为东方金钰紧急施工,湖北东方金钰常务副总裁闪桂林在一旁不时提出一些要求。闪桂林表示:“装修公司是我们特意从深圳请的,期间我们两次要求他们增派人手,缩短工期,预计将在春节前完工。”

据了解,这是东方金钰在河南开的第一家店。闪桂林表示:“这将是东方金钰在河南的旗舰店。”据介绍,东方金钰是国内唯一一家专业从事翡翠行业的上市公司,该公司依托对翡翠原料的控制力和丰富的从业经验,拥有从翡翠原材料到生产加工、批发零售的完整产业链条,在珠宝玉石行业的领先地位突出。目前,该公司在全国已经形成了较为完善的品牌营销网,在深圳、云南昆明、北京等各大城市都设有专卖店,拥有一批翡翠原石鉴定专家和雕刻加工大师,其珠宝、玉石、首饰加工的技术水平均在全国前列。业内人士认为,东方金钰加盟锦泓,将对增加锦泓的品牌实力和市场竞争起重要作用。同时,东方金钰在经济寒冬时期谋子中原,不乏先手布局之意。

河南省是全国第二大产金省、全国最大的玉石加工基地,作为拉动中国内需最大的一块市场和一块战略宝地,河南在珠宝玉石交易方面有着巨大的优势。据悉,锦泓国际珠宝交易中心总面积3万平方米,一期建筑面积为8000平方米。从招商之初,陶红亚就表示,要把锦泓打造成“三大中心”,不仅是珠宝品牌展示和贸易中心,还是珠宝首饰文化、咨询交流、培训中心,珠宝首饰商贸旅游中心。他说:“我们的一期工程将以高端零售为主,‘三大中心’将会是我们的长远计划。”

“现在这个时期是洗牌的时候,也是布局的好时候。”针对为何在经济寒流来袭时开业的疑问,陶红亚很有信心:“和零散的珠宝专卖店相比,我们整合优势;和大型百货商场珠宝柜台相比,我们有明显的成本优势,租金便宜得多。” 赵羲

中原第一洞藏SOD百泉寿酒开业

1月6日,洞藏SOD百泉寿酒开业庆典仪式在郑州举行。洞藏SOD百泉寿酒,是以品质纯正的浓香型百泉春酒为载体,科学地融入了超氧化物歧化酶(SOD),填补了我国几千年来白酒行业的一项空白,为豫酒的振兴和繁荣夯实了坚实的基础。

SOD超氧化物歧化酶,被中国卫生部批准为“兼具抗衰老、抗辐射、免疫调节、调节血脂、美容”等卓越功能于一身的动物蛋白酶,是防御氧自由基侵害人体的坚强堡垒,是超阴离子氧自由基的致命克星,是生命健康的钢铁卫士。

SOD百泉寿酒,以钟灵毓秀的南太行优质深层矿物质水源,选用优质高粱为原料,辅以优质小麦曲糖化发酵,选择南太行益民洞长期贮藏,经科学酿制而成。由上海华东理工大学生物工程学院监制。 赵佳

三星i100数码相机:捕捉美好瞬间



1020万有效像素的三星蓝调i100,拥有3倍光学变焦潜望式镜头,还配置了双重防抖拍摄功能,最大程度地修复因手抖动、光线不足等影响,确保拍摄影像的清晰。春节促销期间购买还将得到三星为您准备的精美大礼。 李峰

消费提醒

慎购“冬眠型”太阳能热水器

近日气温骤降,记者接到很多求助电话,都是因为寒流突然袭来,市民家的太阳能热水器水管被冻堵不出水,水管爆裂漏水、真空管爆裂无法使用。

据销售人员介绍,太阳能热水器冬天管路冻堵、漏水、保温差,甚至真空管爆裂等原因,导致太阳能热水器一到冬天就“冬眠”;而86%的消费者却不知道,也不懂如何选购太阳能热水器以及甄别太阳能热水器的质量优劣。

专家介绍,太阳能好不好用关键之一是真真空管,它的质量直接决定了整套热水器的使用性能。真空管的性能好坏受镀膜技术、抽真空、封口等工艺的影响。之二是保温层。好的保温层采用进口原材料,如聚氨酯,导热系数低,耐高温;保温工艺采用恒温高压定量发泡,经高温熟化处理,保温性能高且稳定持久。而一些劣劣材料导热系数高,发泡也不均匀,一夜温度能下降十几度,遇到阴雨天就没有热水。之三是内胆。目前名牌太阳能热水器采用高铬高镍的不锈钢内胆,保证内胆坚固耐用、耐腐蚀、性能强,寒流之中,很多像辉煌太阳能这样的大品牌,各项性能指标经受了突袭寒流的严峻考验,而劣质内胆多采用低牌号不锈钢,耐腐蚀性能差,使用寿命短。之四是安装和服务。太阳能热水器对安装要求非常高,专业化、规范化安装是其冬天好用的基础和保障。有些杂牌企业用没有经过正规培训的人员上岗,这些人既不懂热水器安装的基础知识,也不懂管电路的设计,更不懂产品后期的保养维护,造成的问题比比皆是,给太阳能日后的使用造成很多隐患。 路玲

郑州商业:2008这一年(上)

本报记者 赵羲

于郑州商业而言,2008年不能说完亮点频频,但也时有精彩之处。我们应该记得在第一个“缩水”了的五一假期,郑州商家依然收获丰收;我们不能忘记在汶川地震之后,郑州商家第一时间同心协力献出爱心;我们充满喜悦地看到,在丹尼斯花园路店和大商新玛特郑州总店相继开业之后,郑州商业格局的一池春水正在被搅动;我们也开始亲身经历一次经济的寒冬,郑州的各大商场都在促销“御寒”。

我们自然应该对2009年以及更远的未来充满信心,但现在,且请回望郑州商业2008这一年。

基调:平稳向上

在大商新玛特郑州总店开业之后,河南商业行业协会副会长史璞认为,2008年是郑州商业相对活跃的一年,“郑州有几年没有新开大型百货商场了。”诚如其言,2008年的郑州商业表现出了非凡的活力。

有新商场的开业,2008年4月,世纪联华长江路店开业,为郑州西南区域的市民带去了更多的方便和实惠;5月,丹尼斯花园路店开业,花园路商圈战火燃起;6月,苏宁、五星二七广场店同天开业,传统的二七商圈成为家电卖场的龙争虎斗之地;9月,大商新玛特国贸店开张,花园路商圈基本成型。

有新商企的进驻,2008年,头顶“香港十大财团”头衔的香港新世界百货,选择了位于紫荆山路与商城路交叉口东的裕鸿国际,开启其在中原地区的战略布局;银泰百货则拿下了紫荆山百货对面的一块地,紫荆商圈呼之欲出。

有销售额的激增,虽然在下半年受到经济寒流的冲击,但由于上半年销售

成果斐然,年终盘点,整体上郑州各大商场都基本完成了预期目标。据悉郑州各商场的年销售增幅都达到了两位数。

销售:前热后冷

数据才是硬道理。在数字当道的商业里,销售额、利润率是所有商业人最关心的。在2008年,郑州商场的销售一般都表现出上半年大热,下半年稍冷的征状。

假日销售依然大行其道。情人节、清明节、劳动节、端午节、中秋节、圣诞节、元旦……商家的促销很少有遗漏。面对“缩水”的五一黄金周,郑州商家均拿出了较好的应对措施,多数商场的销售业绩增幅达40%,有的商场日接待顾客量达10万人次。

9月份以后,经济寒流开始影响到郑州的零售业,大规模的折扣促销成为各大商场的家常便饭,新衣上市就打折已经不是偶尔,而是常态。尽管如此,郑州各大商场的销售额仍然受到了一定的影响,如何“御寒”的讨论开始风行。日前,大商集团总裁吕伟顺表示:

“金融危机之前,大商集团年销售增长为30%。但在今年8月份之后,销售同比增长降至10%、5%、2%,到11月份的集团销售出现了负增长。”这种现象相信在郑州的各商场普遍存在。

责任:有难同当

2008年,同时也是一个多事之年。在各种灾难来袭时,郑州商业义无反顾地出手援助,反应之迅速、捐助之慷慨均令人动容。让我们来回顾一下在5月12日汶川地震后郑州商界的行动场景——

5月13日傍晚时分,“让世界找不到黑暗,幸福像花开放”。时计宝紫荆山百货西广场,512个祈福烛光被捧起,紫荆山百货组织的祈福和募捐现场为灾区人民捐款20余万元善款;

5月14日下午,大商集团郑州各店大商新玛特郑州总店、大商新玛特金博大店、大商新玛特建设路店募集到救灾资金65万余元。在前一天上午,大商集团召开紧急视频会议,会议决定大商集团将向四川灾区至少捐助1600万元;5月14日,丹尼斯董事长王任生委

托全国台湾同胞投资企业联谊会,把100万元现金捐给了四川。随后几天,郑州丹尼斯通过公司捐款捐物和组织员工捐款等方式,又筹集善款200余万元;

5月18日,河南世纪联华将自身和公司供应所有员工的全部净利润,以及该公司所有员工当天的工资作为善款捐出,总计20余万元;

爱心从细流汇成大海,源源流向了灾区。2008的郑州商业,因义举而让人格外难以忘怀。

郑州商业:2008这一年(下)

商圈:格局纷扰 地市:先手为王 未来:格局之争



OIV与张裕酒业

《葡萄酒鉴赏》是一本在业界颇被推崇的连续性内资,说是内资,是因为它目前尚不具备统一的刊号资源,而在实质层面上,它的编务水准要远远高出许多有刊号的期刊。

值得注意的是,这本小册子的封底都印刷了北京爱斐堡国际酒庄的图案。图的一侧,是OIV名誉总裁、北京爱斐堡国际酒庄名誉主席罗伯特·丁洛特先生的肖像。

OIV的汉文翻译是“国际葡萄酒局”,该机构和张裕也相知久远。早在1987年,国际葡萄酒和白兰地感官品评讨论会在烟台举行时,来自各国的品酒专家对张裕的十几种产品作出权威评定,时任国际葡萄酒局局长兼会议执行官罗伯特·丁洛特召开新闻发布会,主题是“走向世界的烟台葡萄酒”。罗氏说出与会专家的共识:“张裕产品完全可以和世界名牌媲美,完全可以走向世界。”

因为这种共识,同年十月在罗马开幕的国际葡萄酒局年会作出了一项前所未有的决定,命名中国烟台为国际葡萄酒酒庄。

时隔多年,当OIV的官员信步于张裕爱斐堡时,再度感受了东方神奇土地的魅力所在——幽静蜿蜒的林间小道,尽头处,一座气势恢宏的哥特式城堡傲然挺立——高高的塔尖,弧形的圆顶,希腊圆柱,奥地利水晶灯……

“走过这么多国家的酒庄,张裕爱斐堡有着令人震撼的美。”在见到爱斐堡酒庄后,OIV现任主席彼得·海斯(Peter Hayes)这样感叹道。

这座迷人的城堡从规划伊始便立

足全球,按照OIV设定的世界级酒庄标准体系兴建。酒庄名誉庄主,是由国际葡萄酒行业泰斗、OIV名誉总裁罗伯特·丁洛特先生担任……所有这些,无不彰显着爱斐堡作为国际顶级酒庄的风采。

因为融合,张裕爱斐堡成为OIV推广世界级酒庄标准的典范;因为融合,它正在成为奥运后北京的下一个时尚地标,吸引了中国品位阶层的目光。曾几何时,北京奥运名仕俱乐部的数十位车主集体来自自驾游,尽享葡萄架下的休闲时光、欧洲小镇的异国风情,感受着城堡内的葡萄酒文化圣殿的熏陶。

爱斐堡拥有一支优秀的国际酿酒师团队,总酿酒师哥哈迪先生在法国担任酿酒师已长达20余年。他们带来的,不仅是高超的酿酒技艺,更是对葡萄酒文化的感悟。现在,他们已与这片土地融合在一起,酿造出独特、尊贵的世界顶级葡萄酒。而酒庄中一座张裕百年葡萄酒文化博物馆,则向人们再现了那段中西葡萄酒文化交流的百年历史。 王宾宾

IT热点

企业邮箱迎来“百变金刚” 创新理念带动产业变革

随着域名、建站等互联网基础服务的利润越来越低,以及电子商务的逐渐普及,企业邮箱成为互联网服务商利润增长点已是不争的事实,2008年各服务商也不遗余力地推出邮箱新品,但基本上都是依托于某一到两项功能进行产品的包装。日前,新网互联针对在合作伙伴中主打的“随心邮”产品推出了一个“万业千行随心邮”方案征集活动,虽然只是一个面向合作伙伴和代理商的活动,但仍然让不少业内人士颇感意外。

国内企业邮箱市场巨大

根据艾瑞资讯的最新报告,相对于欧美市场60%以上的企业邮箱普及率来说,中国目前的普及率仅仅为3%,充分反映了国内企业邮箱市场巨大的前景,但考验服务商的是如何抓住这些机会,仅靠概念包装产品显然是不够的。众所周知,互联网服务一般是由服务商包装出成型的产品,由代理商负责销售,企业邮箱同样如此,整个环节中代理商起到的仅仅是一个销售作用,顶多收集一下用户的反馈意见提交给服务商,这也是在同质化严重的今天,代理商生存压力巨大的根本原因。

随着企业用户的成熟,对邮件服务质量和专业化方面的需求也变得日益严苛,而这恰恰暴露了目前企业邮箱服务商尽管数量众多,但真正能够提供专业品质服务的厂商屈指可数,有专家甚至认为,需求的变动将促使企业邮箱进入一个新的洗牌期。探究目前在市场上热得发烫的“随心邮”,顾名思义,合作伙伴购买一定容量的空间(以G为单位),根据客户需要,随意分配大小给企业邮箱使用,并且可以按月分配企业邮箱的使用时间,做到随心所欲,自由灵活,同时邮箱账号的开关、权限的设置、功能的多少都可以随意选择,新网互联的Mirapoint反垃圾系统、海外转发、大附件、智能邮件跟踪等功能,都可以按照客户的业务需求进行按需定制。

创新应用成为新的推动力

这种按需定制的服务模式,得到了很多合作伙伴和用户的欢迎。一位长期从事外贸生意的企业主介绍到,以前用企业邮箱不管员工多少都得买那么多,而且很多功能也不用上,受全球经济的影响,最近公司效益有一些下滑,这样一来邮箱就可以自由选择关闭,而且在功能上也只用挑选适合自己公司业务,如海外转发,购买时间也相对灵活,无疑节省了一笔不小的开支。对此,新网互联副总裁郭波先生谈到“随心邮”时表示,随着企业个性化的需求越来越强,短期用户越来越多,以往标准的企业邮箱产品已经不能满足用户个性需求了,而电子商务的快捷、便利和灵活性,也要求了服务商在提供产品时候能更多的考虑适用性,从以产品为中心转向以客户为中心。

经过多年磨砺,互联网的发展已经迈过了初级阶段,创新应用正成为推动信息化继续深化的新的推动力。而对于中小企业来说,企业信息化的渗透率仍然在高速增长,对互联网的依赖度也逐步水涨船高。互联网服务需要创新,需要打破传统模式,而如何帮助合作伙伴获得一定的技术自主权和发挥空间,远离无休止的价格战泥潭,都是产品提供商必须面对的事情。业内人士认为,摆脱传统的产品服务形式,互联网服务有望借助企业邮箱的创新迎来一个全新的发展周期。 王楠

花生油——健康食用油的未来

花生油主产在中国,是中国百姓理想的食用油。国内营养专家预言,随着国内人民生活水平的不断提高,食用花生油的群体日益壮大,不久的将来,花生油将成为“东方第一油”,与早已风靡世界,被誉为“西方第一油”的橄榄油形成“东西抗衡”的局面。

花生油 橄榄油 健康食用油

花生油与橄榄油都成为国内外消费者所喜爱的食用油,不能不说是因为它们食用健康标准上都具备了许多相同的特点:

首先,作为新一代健康食用油,它们都不含胆固醇,而且油酸含量非常高。油酸含量花生油最高能达到68%,橄榄油最高能达到84%,这是普通食用油无法达到的。而且油酸可以降低血液总胆固醇中的有害胆固醇,而不降低有益胆固醇,因此油酸含量的多少成为衡量食用油品质的重要标志。无论是花生油还是橄榄油无疑在这点上成为了健康食用油的最优秀代表。

其次,花生油与橄榄油的加工工艺都属于压榨法制油,这样可以保证成品油的安全卫生无污染。该工艺最大的优势就是全过程无需任何化学添加剂,保证产品安全、绿色、无污染,且只榨取第一道花生原汁,不但可以剔除花生油中悬浮物有害物质,而且更能全面保留花生的天然营养和原汁原味。

花生油 更适合东方人的健康食用油

与味淡的橄榄油相比,浓香扑鼻的花生油更适合中国人讲究色、香、味的传统饮食习惯。而且由于橄榄油目前在国内外缺少大规模生产基地,市场上的橄榄油多为进口产品,因此价位十分昂贵,是一般食用油的10倍,就连中产富

裕阶层消费起来都会比较难以接受。相对橄榄油的昂贵,花生油不但具备了橄榄油的一切特点,而且在性价比上更容易为普通的工薪阶层所接受。在国内,质量最高的高档花生油,其价格也比较适中,每公斤只有15元左右,城镇居民大都可以接受,其市场前景更为广阔。

作为花生油专业生产企业,鲁花集团产销规模在世界上遥遥领先。集团凭借独创的5S压榨工艺生产出来的鲁花花生油品质非常优良。我国出口花生油的专业检验机构曾有检验报告认为:“鲁花花生油无论在色泽、气味、滋味及内在质量上,已达到和超过世界名牌油的各项检验指标。”由于技术先进,原料优良,管控严格,因此,鲁花花生油品质非常优良稳定。自1992年问世以来,在全国历次质检、卫生、工商等权威部门抽查检测中,从未出现过任何质量问题。中国标准化研究院顾客满意度测评中心公布的调查结果显示,鲁花在色泽、气味、口味、营养成分、性价比、品牌形象等各项指标上都获得了满分,高居中国食用油用户满意度榜首。由此,鲁花先后获得了“国家级放心油”、“国家无公害产品”等殊荣。也同时拥有“中国驰名商标”和“中国名牌产品”两项权威认证,这在中国食用油行业是十分罕见的。2006年7月,鲁花还被中国品牌研究院认定为“中国食用油行业标志性品牌”产品。

健康花生油 全球关注

我国养生医学历来对花生的妙用多有研究。《本草纲目》载:“花生悦脾和胃润肺化痰、滋养补气、清咽止痒”;《药性考》载:“食用花生养胃醒脾、滑肠润燥”。所以,家庭中一日三餐用优质花生油炒菜,必会有调节身体平衡的功效,能治好胃病也就不足为奇了。现代



营养学家研究发现,花生油、花生及其制品,富含维生素E、A、B1、B2、叶酸以及大量的锌、钙、磷、铁等微量元素,人体需要的42种营养素,花生中就含有37种。

在第十三届全国营养学知识更新论坛上,营养专家们论述最新的科学实验成果中指出,从花生中提取的白藜芦醇、锌及贝塔谷固醇等成分,具有抑制血小板非正常凝聚,预防心肌梗塞、脑栓塞、心脏病等特殊功效。

这项人类营养健康研究成果一经公布,立即引起科技界的广泛关注,许多科研机构不惜重金去开发花生产品。美国国内专业研究花生的国家级别的大机构就有4个,据悉已培育出10多个高油酸的花生品种,有的含油酸达到85%,比橄榄油含油酸还高。此外,澳大利亚也在网上发布消息,已开发出含油酸85%的花生品种。澳专家预测,不久的将来,澳大利亚将全面推广栽种这种高油酸的花生新品种。

我们相信,随着各国对花生的进一步研究开发,花生油势将成为健康食用油的未来。随着我国人民生活水平的提高,花生油,这种实惠的健康用油,也将悄悄走进更多普通百姓的厨房。 梁清文/图