



## 消费警示

### 专家提醒： 4、5级空调是“电老虎”

“五一”黄金周，从销售数据看，家电卖场似乎走出了去年底以来整体低迷的状况。而拉升整个市场的动力，除了趋于平稳的平板电视之外，步入旺季的空调逐渐成了主角。

行业信息显示，空调整体价格能够在“五一”压低，主要有两方面原因：一方面是因为能效比提高，4、5级能效比空调普遍在“清货”，有些型号甚至低到999元；另一方面，正在逐渐成为市场主流的变频产品出于普及的需要，也在一定程度上降价，1匹变频机的均价已经跌至2500元左右，比以往3000多元便宜了不少。“五一”前后，国内空调市场烽烟四起，以美的、格力等老品牌为首的价格战成主流。

专家提醒消费者，买空调，切不可只看价格，能效等级同样重要，4、5级低能效空调是“电老虎”，购买当慎。据了解，经济危机以来，原材料成本急剧下降，以空调主要生产材料铜为例，由将近8万元的最高价位，直线回落至2万元，而大多数空调厂商是在铜价处于最高位时大规模购入，加之经济危机带来的出口受阻，内销萎缩，国内空调市场产生了近1500万套，400多亿的天量库存。

据卖场负责人介绍，“五一”期间，海尔、格兰仕等空调就主推2级产品。而4、5级能效的低端空调继续降价，库存空调“放价”抛售，某些品牌低端产品的价格直逼1500元，甚至更低，同时，3级能效以上的变频空调，也开始大幅降价，平均降幅在10%~15%左右。

业内专家指出，铜价处于高位时，经济形势良好，市场处于一片利好状态，国内某些空调厂商习惯性地大量购入铜等原材料，尽管价格高昂，但为了接下来的空调销售旺季能打个漂亮的“攻坚战”，丝毫不犹豫。而此时，空调的强制性能效标准尚未出台，市场对此抱以乐观态度，同时，市上销售与流通的多为低能效空调，因此，铜价处于高位时所生产的天量库存空调多为4、5级能效空调。

据专家介绍，《国家空调能效标准》将空调能效标准的入门等级由5级直接提高到2级，能效不达标产品将被禁止上市，原本定于今年3月1日起开始正式实施，但由于种种原因被推迟，不过年内启用是可以肯定的。这意味着相对而言更节能、高效的变频空调将成为市场主角。

据了解，空调能效标准分成1到5五个等级，其中1、2级空调比较节能，4、5级空调则耗能较高，能效1级的空调比5级省电23.5%左右。

高文

## 资讯播报

### 紫百“五一”销售同比激增22%

“五一”期间，郑州各个商家都大力推出促销活动，抢占“五一”市场。面对严峻的竞争态势，紫百却审时度势，另辟蹊径，策划了与众不同的营销活动，取得了同比激增22%的好成绩。

“五一”营销活动，紫百以亲情为主线，以“向劳动者致敬”为主题，契合了“五一”劳动节的实质，“暖心计划，拉动内需，百万礼品倾情送”的主线活动，使广大顾客感到格外的亲切。而且，经过前期和品牌厂家深入的、富有成效的沟通，紫百达到了全楼商品折幅度保持同类商场最低水平的要求。紫百的营销副总吴铭说：“我们的理念就是要用我们的礼品，让顾客朋友们充分享受到紫百给他们带来的优质生活。”

据了解，在接下来的母亲节，紫百还将为消费者提供一个恪尽孝道的平台，同时5月12日，紫百将在西广场举办“烛光里的妈妈”大型祈福晚会，为在去年汶川地震里逝去的母亲和坚强活着的母亲祈祷祝福。

小朱

### 惠济区严把农产品质量安全关

近日，为认真贯彻落实郑州市农业局“2009年农产品质量安全整治暨农产品安全执法年活动”，惠济区农经委加大了监督、检查、打假执法力度，强化执法能力建设，提高执法水平。

日前，惠济区农经委组织各镇(街道)和委属各科室在毛庄蔬菜市场进行“农产品质量安全整治暨农产品质量安全执法年”宣传活动，发放资料2000余份、宣传条幅50个、宣传版面20块。使广大农户在今后生产过程中对农产品质量安全的认识进一步的提高。同时，惠济区农经委还加大了对辖区无公害蔬菜生产基地的监管力度，1-4月份共抽检样品321个，抽样合格率为97%。

王新洲

## IT观察

### 母语上网将成未来主流方式

推动母语上网 IE8与通用网址携手

“五一”前夕，通用网址与IE8共同对外宣告了中文寻址技术与IE8的正式结合，这预示着母语上网将成为未来的主流上网方式，并可望为我国用户上网带来方便和安全保障。

专家认为，此次微软IE8与通用网址的合作实现了国际标准与国内标准的统一，具有在中国互联网发展史上的重要里程碑意义。这标志着浏览器未来的走向将更加标准化、规范化、人性化，必将推动中国互联网朝着更成熟、更统一的方向发展。

浏览器标准化 互联网发展更规范

支持W3C标准(万维网联盟标准)是IE8浏览器的特色之一，将为互联网的规范化发展起到重要作用。IE8标准化的另一个体现就是对通用网址这样中文寻址标准的支持。通过几年的发展，通用网址已经成为互联网关键词寻址领域的事实标准，并在国际上也取得了长足的发展。IE8对通用网址的支持，代表了国际通用浏览器对中文互联网标准的承认与接纳。一方面有利于IE8浏览器的标准化发展，另一方面也为我国网民提供了母语上网的便捷环境，有利于IE8在我国的应用。

通用网址标准化 迎来发展新机遇

众所周知，互联网在当今社会已经成为人们获取信息的最主要也是最便捷的渠道，而通用网址作为互联网中文应用的代表，为中国用户提供了一个便捷的母语入口方式，对中国互联网的普及和发展做出了积极的贡献。也正是因此，世界顶级浏览器IE8才会主动携手通用网址，共同创造发展机遇。几年来，通用网址一直在为标准化而努力。例如官网全新改版和产品免费升级，以及年初的“关爱计划”和“通用网址”的技术开发机构NETPIA公司取得战略合作等等，为企业用户的互联网营销带来更大的价值，以更加优质的服务内容来满足用户在不同层面对互联网的应用需求。

邱宇翔

## 农产品质量安全报告

根据农业部和河南省农业厅的统一部署，从现在到12月份，郑州市农业局决定在全市范围内开展2009年农产品质量安全整治暨农产品安全执法年活动。确保我市蔬菜农药残留、水产品药物残留监测合格率平均提高两个百分点，“三品”抽检合格率稳定在98%以上，农资打假重大案件执法查处率达到100%。杜绝在蔬菜生产过程中使用甲胺磷、对硫磷、甲基对硫磷等五种禁用高毒农药行为，杜绝在水产苗种繁育和养殖生产过程中违法使用硝基咪唑类、孔雀石绿等违禁药物行为。

具体做好以下十项工作：一是召开郑州

市农产品质量安全整治暨农产品质量安全执法年活动动员大会，全面部署专项整治工作。二是深入开展“两法一条例”(《农产品质量安全法》、《食品安全法》、《郑州市农产品质量安全条例》)宣传活动。三是广泛开展调研活动。四是组织开展监管部门与生产经营单位逐级签订农产品质量安全责任书，生产经营单位签署农产品质量安全及诚信生产经营承诺书活动。五是按照总体方案和单项实施方案的要求，全面开展四个专项整治活动。六是组织新闻单位、社会各界群众“进田间、看市场、查检测”活动。七是制修订无公害农产品生产技术操作规程，开展生产者、经营者、管理

者和执法人员培训活动。八是组织“三品”名牌农产品的生产企业、专业合作组织与销售市场对接活动。九是探索创新，建立长效监管机制。十是进行全面检查和总结。

4月16日~5月6日，我市农产品质量安全检测人员按照农产品质量安全现场检测标准(速测)，共检测蔬菜71028批次，合格率99.91%，检测猪肉3783批次，合格率99.88%，检测水产品样品1346批次，合格率为98.73%，抽检水果7038批次，合格率99.94%。销毁不合格蔬菜398公斤，销毁不合格猪肉88公斤，销毁不合格水产品515公斤。

郑州市农业局

# 谁撬动了郑州消费市场?

## 本报信心2009郑州商企年中盘点启动

本报记者 赵羲

离2009年年中尚还有一段时间，本报的年中盘点已提前开启，系列评选活动正式开始。本月底，我们将推出特刊，为读者剖析是谁在2009年的上半年撬动了郑州的消费市场。

从2008年的下半年开始，经济危机的阴影开始笼罩全球，对于消费市场的影响逐渐显现，各商场、卖场销售额下降，消费者消费信心不足，对于2009年的悲观论调开始甚嚣尘上，“过冬御寒”成了一些商企的首要想法。然而，当2009年过去了几个月，我们却非常欣慰地看到：在政府和企业的共同努力下，虽然受到一定影响，但郑州的消费市场依然可以称得上红火。

坚定信心，维持发展，这就是郑州商企2009上半年的主色调。



资料图片

上半年得到了部分解答。

上半年，以大商郑州路店、丹尼斯为首的百货业，五星、国美等为主的电器卖场以及海尔等家电品牌，苦心运筹，全力谋划，用实际行动践行政府提出的拉动内需、刺激消费、提振经济的号召。中

原商业的2009信心之旅，零售业起到了应有的中流砥柱作用。

### 中流砥柱

危难时刻方显英雄本色，谁能在市场低迷时横刀立马？在这样一个特殊的时段，2009年的上半年，验出了商企在郑州消费市场的成色如何。

2009年，全球寄望于中国，中国寄望于内需，而内需则在很大程度上依靠零售业。在这个特殊的时间点，谁是谁撬动了郑州的消费市场也就具有了特殊意义。零售市场走出迷雾步入坦途的转折点在哪里？每个对未来充满期待的人，都在等待着有人说出更多的答案。我们相信，国内商业界人士所高度的关注问题——零售业如何面对危机、化解危机，在2009年

### 创新营销

今年3月，在“中国百货业高峰论坛”上，中国百货商业协会常务副会长兼秘书长楚修齐表示：“在当前的经济危机的情况下，应该加强促销的活动。但是这种促销不是说打折是唯一的营销手段，还是需要进一步的模式创新，比如我们比较欠缺的文化营销、感情营销等等，这方面也应该加强。”如同他所言，2009年的上半年，郑州的商业品牌为消费者展示了许多全新的营销模式，文化营销、感情营销逐渐成为常规营销手段。

情人节、清明节、母亲节等一些并非掘金高潮的节日，成了许

多大型商场、卖场和消费者联络感情、增加美誉度的重要时间，当单纯的打折不再吸引所有人的目光，这迫使郑州商企的掌舵者开始看得更远。日前，大商新玛特郑州路店总经理孙亚杰接受采访时说：“五一”之后，他们将会举行一系列的公益营销活动，帮助贫困儿童、外来务工人员、环卫工人等弱势群体，为社会的和谐发展做出一个有良心的企业公民应有的贡献。

### 发展完善

当今时代，“危”“机”并存，如何趋“机”避“危”是许多商企老总日夜思考的命题。无法在坏时代下生存，自然也无法在好时代下发展，于是，优化服务，完善自身成了许多商企的选择。

在郑州商界的2009上半年，大商、正道花园、北京华联，不止一家商场推出了升级版的服务理念，它们不只是让自己的高端客户享受更加尊崇的服务，还要让普通消费者也可以得到前所未有的消费体验。而同时，加强节能环保，放缓扩张脚步，商业企业的发展策略更趋于理性。

回望2009的前几个月，我们可以满怀信心的预期：只要我们不动摇、不懈怠，郑州零售业一定会克服时艰，转危为机，迎来更加辉煌的明天。

## 健康消费

### 郑州启航早餐营养接力活动

郑州的饮食文化融合了东西南北之大成，在郑州你不仅可以品尝颇具陕北风味的刀削面、泡馍等，更有自己独具特色的烩面……

五一节前，蒙牛早餐奶“百分早餐健康行”活动在郑州市世纪联华汝河路店火热开展，周五至周日连续三天的路演现场人头攒动，报名参赛的选手大大超过了预计数量，选手们各个情绪高涨，参与热情极高。郑州是蒙牛早餐奶“百分早餐健康行”活动的第9站，活动至此，已累计传递了7268公里。当天活动参与和观看的总人数超过了2150人，其中临场要求参与互动游戏的围观群众不在少数。此次活动主要包含互动游戏、厨艺表演、舞蹈表演等环节，特别是早餐比赛环节参与人数众多，覆盖了

老中青三个年龄层次的选手，活动能如此深入地在民间开展引得评委连连赞叹。

在路演的活动中，记者看到市民在参与活动和比赛的过程中表现出了极大的兴趣和热情，可以说在当地掀起了健康早餐营养搭配的热潮。蒙牛早餐奶“百分早餐健康行”活动在全国的进行，可以最大程度地提升国民对早餐健康的关注。活动当天整个会场人头攒动，煞有人山人海之势，活动参与人数达千人，围观群众更是多达上万人，火爆程度真可谓盛况空前。更主要的就是参赛选手年龄层次跨越极大，不管男女老少大家一起来上阵，各方有各方的优势和看家本领，让记者和围观的群众大开眼界，同时也可以感受到郑州百姓的和谐

生活和快乐的心态。

除此之外，活动中邀请了一位专业级别的“大厨师”做现场展示，并传授面食秘笈，惹得很多人纷纷向大师请教，大厨师也很耐心地为大家解答问题。在才艺表演的环节中，大厨师通过揉面、拉面、扯面等多个技巧的纯熟运用，将一个面团扯出细如发丝的面条，在场的人啧啧称奇，这一高超的技艺引得现场众多小朋友惊叫不已，纷纷要求拜师学艺。据了解，蒙牛早餐奶“百分早餐健康行”活动随后将在全国更多的城市陆续开展，通过CCTV《天天饮食》和在众多城市开展的各种活动形式来传递关注健康营养早餐的理念，提升人们对于早餐的关注。

赵羲

# 信心2009·郑州商企品牌年中盘点

- 01.新玛特金博大店 02.新玛特郑州总店 03.紫荆山百货 04.丹尼斯百货 05.郑州百货大楼 06.北京华联 07.百盛 08.郑州华联 09.世纪联华 10.大上海城 11.正弘国际名店 12.正道花园 13.正道中环 14.华润万家 15.建文新世界 16.家乐福 17.商业大厦 18.中原商贸城 19.麦德龙 20.易初莲花 21.思达超市 22.百年德化 23.国美电器 24.苏宁电器 25.五星电器 26.永乐电器 27.大商电器 28.美的空调 29.海尔 30.格力空调 31.美的微波炉 32.新飞冰箱 33.奥克斯空调 34.博西家电 35.格兰仕空调 36.海信电视 37.海信冰箱 38.TCL电视 39.康佳电视 40.长虹电视 41.创维电视 42.联想 43.方正 44.华硕 45.百脑汇 46.赛博 47.八方数码 48.新亚手机连锁 49.中州 50.迪信通 51.长远 52.八方通讯

<b>奖项设置</b>	<b>一、信心2009·郑州商企品牌之“绝对实力奖”</b> 实力乃信心之本。评选标准为：规模较大，贡献突出，知名度、美誉度显著。 请您心目中符合标准的商企品牌编号打“√”： 01. <input type="checkbox"/> 02. <input type="checkbox"/> 03. <input type="checkbox"/> 04. <input type="checkbox"/> 05. <input type="checkbox"/> 06. <input type="checkbox"/> 07. <input type="checkbox"/> 08. <input type="checkbox"/> 09. <input type="checkbox"/> 10. <input type="checkbox"/> 11. <input type="checkbox"/> 12. <input type="checkbox"/> 13. <input type="checkbox"/> 14. <input type="checkbox"/> 15. <input type="checkbox"/> 16. <input type="checkbox"/> 17. <input type="checkbox"/> 18. <input type="checkbox"/> 19. <input type="checkbox"/> 20. <input type="checkbox"/> 21. <input type="checkbox"/> 22. <input type="checkbox"/> 23. <input type="checkbox"/> 24. <input type="checkbox"/> 25. <input type="checkbox"/> 26. <input type="checkbox"/> 27. <input type="checkbox"/> 28. <input type="checkbox"/> 29. <input type="checkbox"/> 30. <input type="checkbox"/> 31. <input type="checkbox"/> 32. <input type="checkbox"/> 33. <input type="checkbox"/> 34. <input type="checkbox"/> 35. <input type="checkbox"/> 36. <input type="checkbox"/> 37. <input type="checkbox"/> 38. <input type="checkbox"/> 39. <input type="checkbox"/> 40. <input type="checkbox"/> 41. <input type="checkbox"/> 42. <input type="checkbox"/> 43. <input type="checkbox"/> 44. <input type="checkbox"/> 45. <input type="checkbox"/> 46. <input type="checkbox"/> 47. <input type="checkbox"/> 48. <input type="checkbox"/> 49. <input type="checkbox"/> 50. <input type="checkbox"/> 51. <input type="checkbox"/> 52. <input type="checkbox"/>	<b>三、信心2009·郑州商企品牌之“最佳营销奖”</b> 营销是信心所在。评选标准为：营销理念、营销模式新颖，营销效果明显，社会反响较好。 请您心目中符合标准的商企品牌编号打“√”： 01. <input type="checkbox"/> 02. <input type="checkbox"/> 03. <input type="checkbox"/> 04. <input type="checkbox"/> 05. <input type="checkbox"/> 06. <input type="checkbox"/> 07. <input type="checkbox"/> 08. <input type="checkbox"/> 09. <input type="checkbox"/> 10. <input type="checkbox"/> 11. <input type="checkbox"/> 12. <input type="checkbox"/> 13. <input type="checkbox"/> 14. <input type="checkbox"/> 15. <input type="checkbox"/> 16. <input type="checkbox"/> 17. <input type="checkbox"/> 18. <input type="checkbox"/> 19. <input type="checkbox"/> 20. <input type="checkbox"/> 21. <input type="checkbox"/> 22. <input type="checkbox"/> 23. <input type="checkbox"/> 24. <input type="checkbox"/> 25. <input type="checkbox"/> 26. <input type="checkbox"/> 27. <input type="checkbox"/> 28. <input type="checkbox"/> 29. <input type="checkbox"/> 30. <input type="checkbox"/> 31. <input type="checkbox"/> 32. <input type="checkbox"/> 33. <input type="checkbox"/> 34. <input type="checkbox"/> 35. <input type="checkbox"/> 36. <input type="checkbox"/> 37. <input type="checkbox"/> 38. <input type="checkbox"/> 39. <input type="checkbox"/> 40. <input type="checkbox"/> 41. <input type="checkbox"/> 42. <input type="checkbox"/> 43. <input type="checkbox"/> 44. <input type="checkbox"/> 45. <input type="checkbox"/> 46. <input type="checkbox"/> 47. <input type="checkbox"/> 48. <input type="checkbox"/> 49. <input type="checkbox"/> 50. <input type="checkbox"/> 51. <input type="checkbox"/> 52. <input type="checkbox"/>	
	<b>二、信心2009·郑州商企品牌之“卓越发展奖”</b> 发展乃信心之力。评选标准为：发展快速稳定，有力拉动内需，积极参与公益事业。 请您心目中符合标准的商企品牌编号打“√”： 01. <input type="checkbox"/> 02. <input type="checkbox"/> 03. <input type="checkbox"/> 04. <input type="checkbox"/> 05. <input type="checkbox"/> 06. <input type="checkbox"/> 07. <input type="checkbox"/> 08. <input type="checkbox"/> 09. <input type="checkbox"/> 10. <input type="checkbox"/> 11. <input type="checkbox"/> 12. <input type="checkbox"/> 13. <input type="checkbox"/> 14. <input type="checkbox"/> 15. <input type="checkbox"/> 16. <input type="checkbox"/> 17. <input type="checkbox"/> 18. <input type="checkbox"/> 19. <input type="checkbox"/> 20. <input type="checkbox"/> 21. <input type="checkbox"/> 22. <input type="checkbox"/> 23. <input type="checkbox"/> 24. <input type="checkbox"/> 25. <input type="checkbox"/> 26. <input type="checkbox"/> 27. <input type="checkbox"/> 28. <input type="checkbox"/> 29. <input type="checkbox"/> 30. <input type="checkbox"/> 31. <input type="checkbox"/> 32. <input type="checkbox"/> 33. <input type="checkbox"/> 34. <input type="checkbox"/> 35. <input type="checkbox"/> 36. <input type="checkbox"/> 37. <input type="checkbox"/> 38. <input type="checkbox"/> 39. <input type="checkbox"/> 40. <input type="checkbox"/> 41. <input type="checkbox"/> 42. <input type="checkbox"/> 43. <input type="checkbox"/> 44. <input type="checkbox"/> 45. <input type="checkbox"/> 46. <input type="checkbox"/> 47. <input type="checkbox"/> 48. <input type="checkbox"/> 49. <input type="checkbox"/> 50. <input type="checkbox"/> 51. <input type="checkbox"/> 52. <input type="checkbox"/>	<b>四、信心2009·郑州商企品牌之“金牌服务奖”</b> 服务是信心之源。评选标准为：诚信、尊崇、人性、关爱、周到。 请您心目中符合标准的商企品牌编号打“√”： 01. <input type="checkbox"/> 02. <input type="checkbox"/> 03. <input type="checkbox"/> 04. <input type="checkbox"/> 05. <input type="checkbox"/> 06. <input type="checkbox"/> 07. <input type="checkbox"/> 08. <input type="checkbox"/> 09. <input type="checkbox"/> 10. <input type="checkbox"/> 11. <input type="checkbox"/> 12. <input type="checkbox"/> 13. <input type="checkbox"/> 14. <input type="checkbox"/> 15. <input type="checkbox"/> 16. <input type="checkbox"/> 17. <input type="checkbox"/> 18. <input type="checkbox"/> 19. <input type="checkbox"/> 20. <input type="checkbox"/> 21. <input type="checkbox"/> 22. <input type="checkbox"/> 23. <input type="checkbox"/> 24. <input type="checkbox"/> 25. <input type="checkbox"/> 26. <input type="checkbox"/> 27. <input type="checkbox"/> 28. <input type="checkbox"/> 29. <input type="checkbox"/> 30. <input type="checkbox"/> 31. <input type="checkbox"/> 32. <input type="checkbox"/> 33. <input type="checkbox"/> 34. <input type="checkbox"/> 35. <input type="checkbox"/> 36. <input type="checkbox"/> 37. <input type="checkbox"/> 38. <input type="checkbox"/> 39. <input type="checkbox"/> 40. <input type="checkbox"/> 41. <input type="checkbox"/> 42. <input type="checkbox"/> 43. <input type="checkbox"/> 44. <input type="checkbox"/> 45. <input type="checkbox"/> 46. <input type="checkbox"/> 47. <input type="checkbox"/> 48. <input type="checkbox"/> 49. <input type="checkbox"/> 50. <input type="checkbox"/> 51. <input type="checkbox"/> 52. <input type="checkbox"/>	
	<b>投票方式</b> ：1. 邮寄：郑州市陇海西路80号郑州日报周刊部商业工作室 450006 2. 传真：0371-67655632	<b>咨询和投诉</b> ：如果您对本次评选活动有什么建议，或对参与评选的商企有质量和服务方面的投诉，请拨打电话0371-67655206。	<b>留言</b> ：