2010年5月28日 星期五

统筹 赵顺利 编辑 周 娟 校对 宋院红 ZHENGZHOU DAILY BUSINESS

# 节能空调补贴缩水 空调调价见端倪

本报讯据了解,国家对节能空调的补贴 标准将于下月起大幅缩水,这一消息激发了 不少消费者的购买欲望,但也有不少市民面 对涨价传闻非常平静。

根据相关规定,中央财政对空调厂家的 能效补贴从2010年6月1日起延长一年,但 补贴标准大大缩水。其中一、二级能效空调 的补贴标准调整为150元~250元之间,而此 前的补贴标准则是300元~850元。其中一 级能效空调的补贴标准缩水最多,从850元

降至250元,缩水幅度超过70%。新标准还 缩小了补贴范围,将额定制冷量控制在 7500w及其以下;而原标准的补贴范围,则 是限定在额定制冷量14000w以内。

除了补贴标准的变化,空调原材料涨价 也是可能推动价格上涨的原因之一。在国 美家电卖场,一位销售人员说,由于近期铜、 铝等空调主要原材料价格上涨,使得节能空 调面临的价格压力增大。

"原材料价格上涨给企业带来成本压

力,部分空调生产厂家目前仍薄利销售,但 在国家补贴标准调整后,压力大大增加,当 成本压力大到一定程度时,企业只能通过市 场来化解。"销售商这样告诉记者。

听闻价格可能调整的消息后,不少市民 开始行动,以期赶上优惠政策"末班车"。但 也有消费者称,"五一"之前就有厂家说节后 空调将涨价,但节后并未涨价。此次"涨 价",会不会是企业放出的"烟幕弹"?因此, 还是抱着观望态度较好。 (新文)

鼎立中原 商都商情

绿城迟到的春天,让一些时尚人士在乍暖还寒的春天里提 前"绽放"。对于已经到来的夏天,那些追求漂亮的女孩是否正 清理自己的衣橱呢?记者近日走访了二七区的各大商场和一些 街边服饰店,来为您搜索今夏女装服饰的流行趋势。

#### 流行主题三:简约主义

简约的服装线条流畅、飘逸、帅性 且自然。色彩上选取一些不张扬又有 独特魅力的色彩,像黑白灰,紫蓝等。 能突出实用、干练和简洁,在配以卡其、 棉布、丝绸、丝麻的运用,加些素雅的淡 色,没有太多的花哨,让人看起来反倒 舒服的很,得体又不失性格。相信我们 经常看见的长款衬衫大家并不陌生,搭 配腰带、丝袜,简约、时尚、恬静、优雅, 即使所有的词汇也不足以形容它所带 来的美感。

#### 流行主题四: 复七岁道

复古的味道越来越浓烈,主要表现 出一种繁复的装饰性风格。硬朗军装 的风格,装饰感的铆钉、皮革等,看似冷 冰冰却又很有人情味儿,耸肩以及方形 剪裁的设计让这个季节的女性少了一 份柔美之感,硬朗的气息扑面而来。眼 下我们随处可见的服饰、鞋、包,都能找 见铆钉、流苏、蕾丝的踪影,混搭效果很 是不同寻常。一家街边小店的老板刘 女士解释说:"每件衣服上都能找见个 流行元素,不是铆钉就是流苏,在不就

是蕾丝、耸肩。这样的搭配效果很好, 很多年轻人都喜欢。"

#### 流行主题五:纯粹的黑

时尚的人说黑色代表神秘,前卫的 人说黑色代表酷,成熟的人说黑色代表 庄重。黑色总是透露出成熟与沉稳的 气息。但是黑色又是非常浓烈诡秘的 颜色,可以营造出浪漫迷人与神秘性 感。漆皮、雪纺、网眼、缎子等不同质感 的面料的拼接,使服装本身更加生动。

记者在走访的时候就发现了这样 一家店,服装的颜色全是黑白两种颜 色,但款式各不相同。一家女装专柜的 负责人说道:"黑色款式能体现出个性、 时尚、前卫,使人穿着看起来年轻、帅 气、有型。不管是工作之余还是外出旅 游都能穿,不仅面比较广,所适合的年 龄段也广。"

专以年轻人为主流的小店老板方 方还告诉记者道:"英伦裤,波西米亚风 格的长裙,大朵的印花,露肩宽松上衣, 以及层层叠叠的褶皱裙,还有以亮色为 主的彩色丝袜,像鹅黄、湖蓝、宝蓝、墨 绿、西瓜红这些都是流行元素。

张 红

### 的代表。而女性购买服装的频率和金 额也是所有服装消费群体中最多的。 从近年来女性品牌服装流行趋势

头,其引领着时尚和潮流,是时尚、个性

服装市场中的女装市场一直是大

看,消费正向个性化、休闲化、多样化、 时装化和品牌化转化。尤其对有一定 经济基础和一定消费品位的消费者来 说,她们更加倾向于张扬、青春、放松、 性感、随意、简约之风,独立自主、崇尚 自由解放是她们的独特气质。

#### 流行主题一: 飘逸清爽

运用透明轻薄的面料可以达到一 种凉爽而不失美好的效果,丝绸和薄纱 等透明材质拼接的面料最为时尚。像 我们在很多服饰店里看到的雪纺裙的 各种混搭,就是其一。在炎热的夏天穿 上这样一件衣服,不失为一种幸福。全 身的透视也许不一定能被大众接受,但

小型百货店

无力做全转向窄众

左右小型百货店正效仿古法力拼大体量购物中

心,自救于尴尬境地。日前,老牌百货店贵友大

厦做了小体量商场改革的先锋。贵友大厦建国

门店以不足1万平方米的经营面积,挑战周边动

辄十余万平方米规模的商业项目,仅仅依靠其

多年来积淀的品牌优势远远不够。据了解,改

造后的贵友大厦建国门店,将以黄金珠宝作为

十,是以十攻其一也,则我众而敌寡。"讲的是集

在市场中立足,只能依靠细分市场,划定较窄的

牌和业态的调整,也是对商场管理者的考验。如

何将成功转型的案例结合到自身商场的经营中

武汉服装

遭遇"清退门"

集高端服饰品牌的商场武汉广场,日前又将一

批销售下滑的汉产服装品牌清退出场。该商场

有关人士表示,在武汉广场经营的品牌每年有

10%的淘汰率,这次调整品牌是商家的正常整

改。但这位负责人也不否认,近年来汉产服装

销售整体下滑现象严重,武汉广场内曾有近40

了,"清退门"让武汉许多服装企业备受震撼、备

发展,但相互协作的产业链至今不完善。90%的

企业都挤在女装行业中,家家小而全,产品同质

化现象十分严重。而仿样、抄版、跟市场风、抓

爆款等急功近利的落后经营方式,又促成了武

汉服装企业把竞争市场的手段,主要压在了打

折促销的恶性竞争上,这是汉产服装市场价值

裤,然而可以近日百货商场的品牌却是凤毛麟

角。曾经兴盛的武汉服装遭遇"清退门",值得

郑州也是服装生产的重要区域,尤其是女

不断贬值的关键。

我们深思。

视点:本地品牌守着家门口的好商场进不

有分析指出:汉产服装业虽经过30多年的

家汉产服装品牌,如今只剩下十来家。

新闻:据《纺织服装周刊》报道,武汉地区聚

中兵力攻一点,则可以寡敌众。

成为摆在经营者面前的课题。

视点:《孙子兵法》中称:"我专为一,敌分为

专家认为,迫于体量劣势,小型百货店要想

还有商业专家表示,商场的转型不仅包括品

主打

核心客群实现。

新闻:据《北京商报》报道,京城1万平方米

是可以在衣服的一些小地方,如袖子、 领口、裙摆等部位,加上蕾丝、珠片、刺 绣等一些流行的元素还是非常抢眼的, 不同的搭配还能产生不同的效果。

#### 流行主题二:自然元素

神奇的大自然给了我们赖以生存 的资源,清新纯粹的质朴感别有一番滋 味。田园风格就是其一。恬淡优美的 田园风格结合棉、麻、木等天然材质,让 人充分回归自然,找到自我。像时下流 行的渲染着小碎花的长裙,既能体现女 性的恬美,又能表达出现代风格独有的 个性。还有动物的肌理纹样也是流行 之一,比如豹纹图案。

新玛特金博大店二楼,可可迪迩专 柜的店员表示:"我们田园风格的长裙 在流行服饰的杂志上都有,像这种款式 它是棉质的,渲染效果好,穿上也舒服, 还能引领时尚。"

## 时间,文化和水

郑州酒市最近有因为一个口 号, 掀动了一场小小的波澜, 这里 说道说道,颇有些意思。

事情缘于仰韶酒业。一周 前,偶然参加该公司小型宴会,举 座者熟人居多,与往常宴会相同 的是旧面孔,与往常不同的是新 增了饮酒规则。

但凡每饮一次酒,必有人站 起,左手执杯,右手握拳,做宣誓 状,领一句:我是河南人。众人跟 之,再领一句:爱喝河南酒。众人 再高声附之。

如是者再三,不断升温,气氛 热烈起来,扭捏的不再扭捏,刚认 识的一见如故,有了小冤小怨的 顿时消融,话题滔滔,除了不该说 的,基本都达到知无不言,言无不 快的陶然之境了。

我原以为,这仅是个小场面的 小仪式,不料几天后,在仰韶酒业 "感恩父母,畅游世博"的活动上, 也适用了这个饮酒规则。继而,又 知道仰韶面对社会的主体推广语 中,"我是河南人,爱喝河南酒"已 经正襟危坐、登堂人室了。

这场活动的主要发起者和推

做为仰韶酒业销售有限公司 总经理,卫凯身上有一种晋豫陕 交界地段的凛冽剽悍之气,这种 性情,见之于贾平凹商州系列书 卷里,大多表现为放排汉、背矿 人、江湖老大,总之,是一系列不 服输、不甘于向命运低头的人!

2009年,仰韶酒业销售有限公 司在郑州高档商务楼里成立那天 起,卫凯领命总经理职,这种略带 狂狷的性情,渐渐已经不属于个 人,因为它影响了整个销售团队。

去年7月,仰韶在北京人民大 会堂成功召开了国陶酒会议,由于 会务涉及许多国家驻华使领馆,属 涉外型会议,会前一个月,卫就带 领核心团队驻扎北京,了解各国风 情,精心组织排练,会议最终的结 果得到了各国使节的交口称赞,作 为"国家名片"的国陶酒也得到了

一个最佳角度的亮相。 在业内,从普通品向高端转 型,仰韶算是一个极端的案例,就 在一些智叟型夫子们频频摇头仰 韶转型的同时,卫凯带领他的团 队精心准备着一场又一场营销战 役,这种战役,与其说是与同业在 打,不如说是和过去的仰韶在打, 循规蹈矩跟不上趟儿,那就选择 性点状突破,前进、受阻、突破 ……在羁绊中解脱,在压力中释 放,在逆境中,也尝到了苦后甘的

从三门峡到郑州,卫凯带出 来的操着豫西方言的子弟兵,形 成了仰韶酒业冲市的一去劲旅, 销售心得又兼多年来不倦的思 考,卫凯形成了一套"文化、时间 与水"的思路,虽然未见以文字 形式披露与世,但是意义却值得 玩味。卫氏理解:世间万物,进 步、转化、遗忘、磨砺……皆与文 化、时间、水的洗涕有关,文化洗 涕头脑,去浊还清,丰富人生;时 间洗去痛苦或成就,使人重新奋 发;沧浪之水,濯缨洗履,清洁身 心。凡此三者,人生无不经历, 洗去旧我,焕发新我,用在仰韶 酒业的美丽蝶变上,也真是用人 适当了。

王见宾





#### 浓酱兼香型白酒代表 团购热线:65639868 特约刊登

## 预付卡消费注意四细节

预付卡类消费在大

型商场、美容院、健身场 所等消费领域已经比较

普遍,由于预付卡具有

携带方便、避免找零,且

能在一定期限内给消费

者一些实惠,得到许多消费者的青睐。然而,由于预付卡消费属于 先付款,后消费,一旦商家经营行为不规范、售后服务不到位,就容 易导致消费纠纷。消费者在进行预付卡类消费时,应注意以下四个

一是购买预付卡前,要仔细 了解经营者信息,务必仔细查验 经营者的营业执照,核对其企业 名称与宣传资料所标注的企业名 称是否一致。最好考察一下经营 者的市场信誉和经营状况,尽量 选择规模比较大、证照齐全、市场 信誉好、经营状态佳的企业,千万

不可因某商家优惠幅度较大而忽 视了潜在的风险。

二在购买预付卡前,弄清自 是否真的长期需要此类服务, 要按照自己的实际需要来办理, 切莫贪便宜购买过多,承担过多 风险。因为办理预付卡后,消费 者不仅损失了同期利息,而且在 一定意义上也限制了自己的选择 范围。另外,尽量不要办理服务 年限较长的预付卡,以免商家停

业走人,导致损失。 三是办卡要理性冷静,最好 签订书面协议。一些商家在宣传 时夸大其辞,一旦办卡消费后,服 务大打折扣,因此,消费者在购买 预付卡时,保留其提供的文字广 告,任何口头承诺都应以书面形 式保留,并要求对方加盖公章,同

时保留好发票。 四要保留相关证据,消费后 注意核对余额。注意保留发票等 相关证据,发生问题及时向有关 行政主管部门申诉。对一些金额 大的消费卡,消费者要做好备份, 即每次消费完毕后让商家签字确 认,注意核对余额,以防卡内余额 缺失。一旦发生商家违约行为, 消费者可根据相关证据追索相应 赔偿,或通过法律途径保护自己 合法权益。

#### 于 瑶

#### 大商入驻中原四周年 新玛特金博大店奏响华彩乐章

本报讯今日起,新玛特金博大店将全面回馈顾 客,奏响大商华彩四周年回馈新主张的第一乐章。

转瞬间,大商步入中原的征程已四年整。新玛特 金博大店作为大商人驻的第一座标点,承担了大商在 河南发展的重要跳板。随着大商的接手,新玛特金博 大店开始不断被注入新型的文化元素,从国际一线品 牌到国内高端品牌的整合、引进、调整,使该店焕发出 更多光彩。同时,该店的整体营销思路也是占据了郑 州商业的着力点,并通过不断的创新和努力,成就了该 店在郑州商业中举足轻重的地位。

据悉,5月28日~5月31日,该店百货服饰7折起开 场,全场品牌将进行10倍高倍积分,珠宝、名表20倍高 倍积分,并且会员顾客在商场的各个款台每消减卡内 10分可直接冲抵1元使用,还可以循环积分。同时结 合商场的各个品类重推一批店庆款,折扣力度很大,分 品类、分重点的回馈顾客。

此次活动将从今天开始将一直持续到6月6日,并 将分为三个阶段进行,第二阶段将融入六一儿童节主 题,第三阶段将上演"合声乐曲"。该店负责人表示,四 周年庆典将是大商郑州地区集团整合营销资源进行联 动的一次活动,将发挥自身优势,凝聚多家店铺的力 量,共同演绎这场大商人驻中原四周年庆典的营销。

(耿国振)

#### 力推高性价比的本地化产品和服务 思科进行百城巡展活动

本报讯 思科以"网络无边界,咫尺新体验"为主题 的中国百城巡展,近日在各个城市拉开帷幕。此次巡 展由思科携手神州数码(中国)有限公司、北京晓通网 络科技有限公司和英迈(中国)投资有限公司三家思科 中国区总代理一起开展,选择在中国的100个城市举 办,历时近半年时间。作为思科与中国企业、用户以及 合作伙伴面对面交流的绝佳平台,思科此次百城巡展 将借助其在全球范围内最新推出的无边界接入解决方 案,以及针对中国用户的高性价比的本地化网络产品 和服务,让广大中国用户亲身感受思科最新的无边界 网络架构带来的革新性网络体验与商业价值的提升。

此次巡展中,中国用户将有机会领略思科最新发 布的无边界网络如何突破时间、地点与设备的限制, 帮助客户充分享受包括Web2.0、移动终端、视频通 讯、多方协作等丰富网络应用,并帮助企业随时随地 安全、可靠、无缝地为任何人员提供对任何内容的访 问,从而轻松实现无缝、安全的有线/无线通信,并提 供完善的企业级能源管理和优化的视频应用传输。 作为全球领先的互联网解决方案提供商,思科在引领 网络技术创新的同时,同样注重通过最具价值、更易 接受的解决方案与服务,帮助客户轻松享受网络变革 带来的价值超越。

### 安利启动 "给健康还以颜色"推广活动

本报讯 今日起,安利将启动为时两天的"给健康 还以颜色"推广活动,在河南人民会堂活动现场,安利 将为广大市民提供多种健康测试、互动游戏、烹饪展示 以及科学的产品实验。

据安利相关负责人介绍,推广现场将会有诸多亮 点精彩频现:如皇后锅具的烹饪展示将为您传递未来 厨房的新概念,无油烟、少油少盐的健康烹饪可以最大 程度地保留食物中的营养成分,帮助您更加全面地吸 收食物中的营养素;教您如何选择富含植物营养素的 营养保健食品来补充日常膳食的不足,帮助您在繁忙 的日常生活中方便地获得健康所需的营养。另有抗疲 劳挑战、五彩"投投"乐、健康"色拉"、把健康"套"住、身 体减负健康加分等互动游戏,集满游戏奖章还可参与 抽奖,丰富的"健康色彩"大奖等您来拿。

(佳佳)



#### 滚筒洗衣机更省水

波轮式、滚筒式和搅拌式洗衣机究竟哪种更为节 水?这是不少市民在选购洗衣机时都会重点考虑的问 题。节水专家指出,同传统的搅拌式与波轮式洗衣机相 比,滚筒式洗衣机虽然洗涤时间较长,价格较高,但其耗 水量最低。

专家指出,滚筒式洗衣机靠机器转动来揉动衣物, 是摔打式洗衣,用水较少;而波轮式洗衣机是靠水的浮 力把衣服泡起来,再依靠波轮转动来搅动衣物,用水较 多。以洗涤5公斤的衣物为例,普通滚筒洗衣机每次需 要注水15到18升,一个洗涤周期需用水约为75~90 升;普通波轮洗衣机每次注水需要50升,一个洗涤周期 用水约为120~150升。其次,脱水转速高的洗衣机更 节水。以洗涤容量5公斤的滚筒式洗衣机为例,转速为 1200转/分的,用水量为44升;转速为1000转/分的,用 水量为52升;转速为800转/分的,用水量接近60升。

9

(冷霈)