

经过两周的夏季商品出清,新玛特金博大店本周将华丽启动秋装上市,商场中的重点品类、品牌秋季商品将全面上市,并将结合2010秋季珠宝化妆将购物浪潮精彩呈现给中原消费者,绘制一幅不一样的“秋季容颜画”。

据悉,8月20日~8月22日,新玛特金博大店在秋季商品全面上市阶段,将倾力打造VIP秋季新品抢先购营销大戏。在此期间,会员顾客当日在商场重磅品牌专柜现金购

物满1800元(特例商品满5400元)即返200元礼券,礼券除黄金品类及明示专柜外全场通用,并且针对会员顾客,在商场的任意款台满减卡内积分10分再抵1元现金使用的活动。

新玛特金博大店相关负责人称,在秋季新品上市阶段,该店特别为会员顾客提供了一个“新鲜、时尚、文化”的便捷通道,使广大会员能够在年度更新换季期间,购买到最新时尚新品,并享受到作为会员的

尊崇理念。

随着秋季新品步入各个品牌专柜,该店将针对每个品种精选出一批重点品牌,联合推出新品推广酒会,以其品牌文化、时尚流行趋势向广大消费者进行展示。目前在商场中无论是在品牌柜台的陈列上还是主通道中,均都能体现出新玛特金博大店秋装上市的新品气息,这也充分诠释了该店在2010年推广和提升品牌的营销策略。

耿国振



栏目记者 赵毅

## 网购慎买 OEM 家电 售后服务难保障

**新闻:**据《南方日报》报道,家住广州丽江花园的林小姐,最近有套闲置房打算重新装修后出租,选购家电成了令她头疼的问题。为控制预算,减少成本,林小姐决定去网上“淘宝”。她在网上看到了不少自称OEM(代工生产)的家电,售价普遍比一般市场价格低了近一半以上。虽然价格相当具有吸引力,但因为家电的特殊性,还是让林小姐犹豫了,这些OEM家电到底能不能购买呢?

**观点:**这些网上销售的OEM家电自称厂家直销,没有中间环节的成本,以“真正意义上的直销”的噱头和低于市场价格一半以上的售价,吸引了不少消费者。因为消费者并不了解一些家电企业OEM厂家的信息,因此,对于网上众多自称销售OEM家电的卖家难以鉴别真伪,更令消费者头疼的还要是售后服务保障的问题。

正规品牌的产品在离开OEM工厂进入销售渠道前,都需要经过委托企业严格的质量把关,网上销售的OEM产品就没有了这个环节,质量难以保证。因此,业内人士建议,购买这类产品时需谨慎,不要一味贪图便宜,最好还是通过正规销售渠道购买品牌家电产品。

## 多中心催热多元商业 传统低端街铺受冷落

**新闻:**据《昆明日报》报道,在经济迅速发展和城市化加速的背景下,昆明城市空间结构重组,经济重心转移,传统街区正经历着从繁华到衰落的过程。没有太多主题、自由零散发展起来的传统街铺,逐渐萎缩是不争的事实,这是昆明商业竞争走向专业化分工和专业化竞争的结果。随着城市建设进程的加快,新的居住中心和大型社区雏形显现,在各片区形成了新的商业中心,昆明的商业业态正逐步走向多中心多元化发展的格局。

**观点:**随着城市的建设与发展,各种大型购物商场不断涌现,这些大型商场集餐饮、娱乐、购物为一体,舒适的环境,良好的服务,齐全的商品种类让大型商场成为市民购物的首选,取代了传统低端的沿街街铺。

此外,为提供更好的服务,提升自身品牌质量,一些品牌开始放弃了传统街铺的散铺式经营,转移到购物商场内进行统一、规范式发展。这样的转移无形中推动了大型商场的快速发展,而一些散乱、无序、不规范的街道散铺逐步面临淘汰。街道逐渐失去活力,商业价值不断降低,这样的循环导致曾经辉煌的沿街街铺走向衰落。



# “宅经济” 郑州兴起

本报记者 赵毅

## “宅经济”兴起

所谓“宅经济”,意思是在家中上班,在家中兼职,在家中办公或者在家中从事商务工作,在家中消费更是必不可少的一部分。在8月17日~19日进行的2010中国互联网大会的主题就是“宅经济·新生活”。

天气热,许多人都“宅”在家里不愿出门,而包括电子商务、在线娱乐、游戏为代表的网上经济及其产业链上其他行业的商业交易,也让人不必出门,轻点鼠标,就可以购物、游戏、看电影、订票、订餐等,还可以开网店,进行其他电子商务运作。这样,促使一些人有了充足的理由去当“宅男宅女”。

“去商场购物,动辄上千元,在网上就要便宜好多了。”在民营企业上班,精打细算的李小姐这样表示。近来,如果身边的朋友看上了实体店的东西,她也鼓励他们记下货号去网上买。采访中,像李小姐这样的年轻人还真不是少数。

据统计,截至2010年6月底,中

国网络购物用户已经突破1.3亿。而上半年中国网络购物市场交易规模已达4500亿,同比增长71.1%。近日,一家跨国咨询公司发布调查称,中国网民是亚太地区最活跃的网络购物者,95%受访网民表示在未来六个月内,有意愿进行网购,94%声称曾经通过互联网购物。

## 网购平台增多

就在淘宝网等网购平台深入人心的时候,近期,郑州本地的网上超市也纷纷登场。号称省会第一家大型网上超市的“易购在线”刚刚运行1个多月,“社区生活馆”、“郑买网”等综合性网上超市也纷纷问世。据悉,由于夏天天气炎热,这些网上超市生意不错。

8月10日,中国邮政联手TOM集团宣布开通B2C购物网站,意在在民营资本把持的网购市场中分一杯羹。据介绍,“邮乐网”线上购物开通后,将陆续开展线下服务,并在河南省试点,我省18个城市千余家邮局将

直接销售邮乐货品。

今年4月份,郑州首家网络实体店街区淘淘巷在二七商圈开业,作为实体店和网上虚拟店铺结合的商场,习惯网购的消费者可以到实体店看货、提货,还免去快递费。

有专家指出,“宅经济”其实是互联网带来的经济变革的一种,未来将成为消费的主流。作为互联网产业最赚钱的领域之一,许多传统产业都开始布局电子商务,开拓网上销售渠道,包括化妆品、电器及其他日用品等,均开始受到消费者关注。

据统计,2010年上半年中国个人网店已达1200万家,而郑州多家大型百货商场均在试水“网上商城”,有的已经初见成效。今年6月份,新玛特郑州总店就在一次营销中推出了网络“秒杀”活动。“我们也是在尝试,尤其是在网购发展这么迅速的时候,传统百货也要寻找适当的结合点利用网络扩大效益。”该店负责人表示。

据悉,丹尼斯百货也在尝试网上销售,曾和支付宝等第三方支付平台接触过。

## 新玛特郑州总店:引领男士品位



新玛特郑州总店 Jeep 专柜

做都市先锋,引领男士时尚,近期调整后的新玛特郑州总店在男装方面有了更长远的目标,也在各层面增加了鹿鹿男装的实力。

据悉,新玛特郑州总店4楼男士服装都会休闲区位于四楼北侧,是该

象上都提升到更高层次。在店面形象上,所有品牌均为全国最新形象,其中像A类品牌北京马亚诺、美国诺帝卡更以国内独家旗舰店的形式在该店呈现,除去其精致高端的店面装修外,供应商在货品配备和人员调整方面,均给予该店较大的支持。顾客在该店不仅能购买到最新款式的货品,更能享受到旗舰店所独有的服务。据介绍,调整后该店男装都会区整体面积扩充了139%,销售同比去年提升了153%。

经过调整,都会区在品牌选择、品牌组合以及品牌落位方面进行了大幅度的提升与整合,对品牌性稍差、客单价稍低的品牌进行了调整或淘汰,将时尚品牌进行了扩大与集中,为时尚个性男士提供了更多选择。据悉,这一专区目前已有50多款新品秋款到货,夏装折扣低至3折。

赵毅

## 养生殿 VS 白云边: 品牌胶着战

上周,24小时之内,来自养生殿与白云边的爆料次第传进记者的邮箱,两家酒业,一家在伏牛山麓,占尽自然风华;一家在洞庭湖畔,浸润大溪文化。本来是湖南不犯、各自安然,却因为商标“豫”、“豫贡酒”的使用,起了波澜,点着硝烟……

公正起见,不妨按照拿到爆料的先后次序罗列一下各自观点。

养生殿方面称,自2008年,该公司发现湖北白云边酒业公司生产的白云边豫酒、豫贡酒在河南多个省辖市销售,在商品酒箱、酒盒、酒标全套包装上,显著标明了“豫”及“豫贡”字样,而“豫及图形”商标是该公司在1993年经国家工商总局商标局依法注册的商标,该公司的“豫”牌白酒也已经生产销售了近20年,其他任何企业和个人,未经河南省养生殿酒业有限公司许可而使用“豫”牌商标的,是一种侵权行为。

在提供的佐证材料里,养生殿提供了商标注册证的复印件,以及国家和河南省两级工商部门的批复文件,指称“豫”及“豫贡”构成了对“豫及图形”注册商标的近似,属于《商标法》规定的商标侵权行为。

然而,针对对麦芒。在向一些新闻单位爆料之后,白云边方面于8月13日在郑州召开新闻发布会,由厂家代表、经销企业代表、律师组成的联合体,就上述养生殿提供的材料做出迥然不同的解释。

白云边方面称,自己系中国驰名商标,不可能存在使用“豫”、“豫贡酒”作为商标的主观意图,其诞生本意在于,白云边根据河南传统文化以及消费者的口感喜好,不惜成本地集中了国内顶级酒类专家研发而成,为了区别于该酒在全国其他地域的地方专供酒,以河南简称“豫”对河南专供酒进行了描述性说明,同时也通过《释言》(贡,上也)、《广雅》(贡,献也)的钩沉,将豫贡组合,表达对河南特别献上好的酒,对

河南的尊重和敬意沉酿其中。

白云边酒业河南代理商对新闻界陈述自己的看法:如果没有某企业的“侵权”指责,相信市场上没有任何一个人能把白云边混淆成某企业的酒品,白云边虽然在包装上标注了“豫”、“豫贡酒”,但是包装突出使用的是中国驰名商标“白云边”,这个标志约占商品包装80%以上的面积,而所使用“豫”、“豫贡”不论从字体所占面积或是位置方面均不突出,不具显著性,不会对相关公众造成误导。

从外形上看,养生殿方面注册的商标形体是篆体“豫”及“两条龙和水浪图形”,白云边所使用的“豫”是宋体字,没有任何图形组织,系各行业均可通用的名称及字体。白云边提供的律师材料称“两者均无法构成相同及近似”。

品牌之争已经不乏先例,前有长城、近有解百纳,民间还有未上厅堂随意定名的赖茅,波平波起数十年,每次争议对于包括酒业在内的中国企业界都是一次法律意识的提高,只是围绕其中不得脱身者,常常是酒香尚在弥漫,而当坊者已经数易其人。但愿这次争执早有圆满结果,毕竟,酒圈就这么小。

王见宾



## SSWW 浪鲸卫浴

### 浪鲸厂家直通郑州 董事长现场签售 现正火热抢购中...

<b>厂家直通货:</b> <b>499元</b> 型号: CO-1009连体座便器 原价: 3080元 每卡每户限购一套	<b>厂家直通货:</b> <b>699元</b> 型号: FT-0356淋浴花洒 原价: 1780元
<b>1599元</b> 实木浴室柜BF-8903 原价: 4310元 尺寸: 595X450X1950mm	<b>1199元</b> 高档淋浴房W0710 原价: 3100元 尺寸: 900X900X2000mm

凤凰城二楼东区南79-87号 电话: 86085122  
凤凰城名优建材市场 电话: 66537986

详细优惠信息敬请咨询浪鲸专卖店  
河南省活动参与专卖店:  
咨询电话: 0371-87513659

新郑店 62612688	舞钢店 8110000	三门峡店 2188689	信阳店 13273058666
新密店 69818918	罗山店 2176118	辉县市 6225195	林州店 15515154400
登封店 62811128	安阳店 2589158	开封店 3888008	义马店 13939865880
荥阳店 81656777	新乡店 3510259	巩义店 18838011126	沁池店 15539805666
许昌店 2661616	焦作店 2668666	平顶山店 13781838887	兰考店 13273786688
鹤壁店 5163288	沁阳店 2269177	汝州店 13513759038	

## 行情资讯

### 安利“净化器”世博园上市

近日,在世博会美国馆,安利(中国)日用品有限公司推出了其备受期待的“逸新空气净化器”,这是继安利皇后锅具之后,安利引入中国市场的又一经典家居科技类产品。安利大中华区行政总裁颜志荣、安利(中国)市场副总裁方小燕、安利家居科技产品代言人蒋勤勤等出席了当天的上市发布会。

据悉,此次安利推出的“逸新空气净化器”可将室内空气净化至99.99%的类似24K金品质,有效去除空气中的甲醛、病菌、粉尘等有害物质,响应世博“城市让生活更美好”主题,让都市人安心地享受深呼吸。伴随“逸新空气净化器”的上市,安利在中国大陆市场的产品线,包括营养保健品、美容化妆品、个人护理用品、家居护理用品、家居科技产品等五个大类已近200款。

段段

### 德尔电器倡导健康风尚

8月11日,被誉为中国小家电行业后起之秀的广东德尔电器有限公司,在郑召开了登陆河南新闻发布会。自此,以倡导健康、无忧生活为核心的德尔电器拉开了进军中原地区的帷幕。厂家总裁、德尔电器郑州分公司负责人、业内专家以及经销商代表等300余人参加了会议。

左岸

## 商企聚焦

### 浪鲸卫浴即将现场签售

8月28日,浪鲸卫浴“厂家直通郑州董事长签售会”将如约登场。距离这场激动人心的时刻仅剩8天了,那么浪鲸方面准备得怎么样了?

据浪鲸卫浴河南营销中心总经理高建章介绍,本次活动的一切准备工作都在按部就班地进行之中。“我们一定要给中原老百姓带来一场轰动全城的家居盛宴。”高建章说:“本次活动,还将带来几款浪鲸卫浴的新品经典,让消费者在享受特价的同时,充分享受到浪鲸卫浴的先进技术与设计精华。”

#### 新品1: 纳米牛奶浴

浪鲸“超音波能活化牛奶浴专利技术”将水分子、负离子纳米化,使之迅速深入肌肤,达到深层清洁、美白、排毒、抗老化、缓解压力等功效。

#### 新品2: 芬奇系列智能座便器

集智能翻盖、温水清洗、暖风烘干、抑菌除臭、全程智能遥控等多种舒适功能于一体,确保充分清洗、绝对洁净,有效清除异味。

#### 新品3: 夜巴黎系列蒸汽房

浪漫色彩、芬芳气息、全方位水力按摩系统……多种舒适功能,为你集视觉、嗅觉、触觉、听觉等享乐功能于一体的放松享受。

需要特别提醒的是,距现场签售的日子越来越远,很多消费者会赶在这几天集中订购,现场人会比前段时间多,建议大家提前订购,以免错过时机。

冯成刚

## 图片新闻



白酒旺季筹备营销论坛暨道合酒业“百年泸州老窖”酒迎中秋品鉴会,8月19日在郑州举行,在旺季到来之前,各个酒业公司都在摩拳擦掌,期待新的丰收时节。

屈媛媛 摄