



郑州商业2010回顾



格局：“大佬”的江湖

本报记者 赵羲

2010年10月10日上午9时，郑州商业大厦关门停业，当年参与郑州商战的“六朵金花”于是又少了一朵。

与此消息形成对比的是，2010年11月下旬，大商集团郑州地区集团对外宣布，其在河南的首家Shopping Mall 落子郑州西区，项目面积近11万平方米。据统计，自2009年下半年至去年底，郑州市中原区就已经有18个超亿元商业项目签约，其中包括中原万达广场、宝龙城市广场、锦艺华都商业街等，投资都在数十亿元。

两相对照，不能不让人心生感慨，如今的百货市场，已成连锁巨头的天下，商业只是“大佬”们的江湖。

2010年，郑州商业相对平静，除了大商在短短三个月内连开三家大卖场，位于郑东CBD商圈的丹尼斯七天地部分开

业，并没太大的动静。然而我们可以看到，过去三年中开业的百货店，如大商新玛特郑州总店、丹尼斯花园路店，均是连锁巨头的产品，而且在可以预见的未来，来自香港的上市企业新世纪百货将在今年4月开业，大连万达已经圈下最少三块地盘，丹尼斯的二七店正在大兴土木，大商的首家Shopping Mall 预计2012年开业，依然只是这些连锁巨头在争夺话语权。于是有媒体人士称，国际资本和国内资本的风云际会，催生了河南商业新一轮热潮。“现在是玩资本的时代，也是烧钱时代”。

于本土商业而言，如果成不了区域商业“大佬”，那么迟早会成为牺牲品。我们可以看下当年商战“六朵金花”的近况：亚细亚早已消失，商业大厦刚刚关门等待破

产，紫百已被大商吞下，商城大厦靠租赁为生，苦苦支撑的，只剩下已经改制的郑州华联商厦和郑州百货大楼。郑州曾经的商业风流已被雨打风吹去，而周边的省会城市的本土商业则大多成了气候，如武汉武商、武汉中百、武汉中商三个上市商企，济南有银座，西安有世纪金花。不成功便成仁，这几乎是商业战场的必然结果。

业内专家指出，连锁经营是现代百货企业实现发展的主要途径。连锁有助于百货业利用多年的品牌优势、信誉度、美誉度在全国各地传播，获得促销、分销的规模效应，提升企业的品牌效应。此外，如今的百货市场已进入“微利时代”，不连锁壮大，怎么在商业竞争中存活？商业只是“大佬”们的江湖，不仅郑州

这种二三线商业城市如此，在更下一层的城市中也如此。

2010年年末，大商超市两家新店同日在焦作开业，分别接手的是华联万家和家乐福原来的店铺。近几年，国内和国外的商业巨头已经加快了在地市拓展的步伐，丹尼斯的大卖场几乎已遍布全省各地级市，大商号称至少要在每个地级市开两家店，家乐福、沃尔玛等超市大鳄在地市的动作往往比省会更快。在如今的商业江湖中，前仆后继的只是巨头，已很难有个体商业插手的余地。

在这变幻莫测的资本时代，也许让人无法看透谁能成为商业龙头，但我们可以清楚地看出，靠一个单店白手起家，迅速成为区域霸主的好时光一去不复返。因为，试看今日之城中，皆是“大佬”的江湖。

消费现象

寒流来袭 羽绒服热卖



资料图片

寒流来袭，滞销多时的御寒商品终于迎来了销售的“春天”，各大商场、超市棉衣、被子、毛毯销量翻番，电暖器销量也是翻了倍。记者采访发现，羽绒服近段时间销售尤为火爆。

一家羽绒服专卖店销售人员介绍，一两千的高档羽绒服往年一般不太好卖，这段时间却很受顾客欢迎。

不仅商场羽绒服大卖，保暖内衣近期也很走俏。据某百货销售负责人介绍，本周保暖内衣类商品的销售比上周增长三成。此外，保暖器、暖宝、热水器、浴霸等保暖类家用电器最近一段时间成了市民炙手可热的抢购商品。

专家分析认为，这种现象可以称之为“气候经济”，反映出气候对人类经济活动的影响。就像“假日经济”一样，“气候经济”会给商家带来巨大利润空间。

在国外，很多商家会根据气候情况，提前介入商品的生产、销售活动，从中寻找商机。“气候经济”的概念随着羽绒服等保暖物资的热卖，国内也将越来越被人们所认同。

文远竹

购物成元旦“度假”热

“购物和娱乐相结合成了今年元旦市场的最大特点，夜晚购物人数明显高于往年。”这是多数商家对刚过去的元旦假期的感受。几大百货卖场纷纷推出很多寓教于乐的促销活动。

销售人员介绍，今年元旦逛商场的人明显高于往年，由于商场设置了很多具有参与性的娱乐活动，所以吸引了许多顾客带着子女到商场玩。消费者逛与购的时间比例明显变化，从以往消费者看准商品进店就买，买了就走的情况，向边看边购，不过多理会特价促销商品的方向发展，消费者在商场内的逗留时间也明显延长。

元旦期间，几乎所有家电卖场都开起了夜场，延长了营业时间迎接消费人潮。其中，平板彩电、数码产品成了最热畅销商品。

虞南

藏红花茶——春节送礼佳品



藏红花主产于西班牙、伊朗等国家。藏红花享有三个世界之最：一是世界上最贵的药用植物；二是世界上最好的染料；三是世界上最高档的香料。

伊朗医药古籍记载，藏红花可治疗头疼、牙痛、利尿、养神、美容、壮阳、解毒、降压、活血等功能。印度人用藏红花治疗发烧、抑郁症、关节炎、虚弱和不育症等。我国明朝《本草汇言》记载：藏红花“主心忧郁积，气闷不散，开胃进食，久服滋元，悦颜色”。现代药理学研究发现，藏红花可促进脂肪代谢，抗皮肤氧化，延缓衰老，调三高，缓解更年期障碍，治疗和预防心脑血管疾病及抗肿瘤等。常饮藏红花茶可起到嫩肤、瘦身、增强体质等功效。

藏红花茶的颜色——被伊朗人称为“帝王之色”；

藏红花茶的味道——被阿拉伯人称为“来自天堂的味道”；

藏红花——被西班牙人誉为“红色的金子”；

藏红花历史上是宫廷用品，今天是成功人士的最爱；

“雪域红金”藏红花茶——送给成功人士的高雅礼品！

新闻+1

栏目记者 赵羲

服装定制 成上海购物新风尚

新闻：据《解放日报》报道，新年伊始，面对节节攀升的物价，定制购物成为上海爱美人士购物新风尚。消费者卢女士来到羊绒衫定制店准备给家人织几件羊绒衫，结果发现，一个多月前还门可罗雀的羊绒衫定制店，现在生意火爆。羊绒衫定制店主温女士表示，现在不仅店里忙，织机也是日夜赶工，至少要40天以后才能拿到成衣。

观点：款式可以按自己的要求、质量保证……这些优点让“定制风”悄然兴起。逛商场买鞋子，往往为了挑一个好款式，要跑很多店，时间花得又多人又累；而在网上买鞋，有时会碰到尺码不准，鞋子不跟脚等情况；如果是定制鞋，这些问题就迎刃而解。

同时，定制商品的价格也让人蠢蠢欲动。一般商场的高筒靴，动不动就上千元，就算商场搞促销打折扣，也仍在500元以上，消费者始终有种“高处不胜寒”的感觉，而定制鞋的价格易于接受。受物价上涨影响，荷包缩水，定制成了一些消费者的首选。

商场PK网店 “血拼”季谁领风骚

新闻：据报道，年终岁尾，“全场5折”、“低至3折”等颇具诱惑力的折扣幅度一时间让商场里人山人海，一到节假日，商场以及各大专卖店超过半数品牌商家都开展了不同程度的优惠促销活动。无论是服装还是鞋类，商场里到处都是醒目的“折扣牌”。在“满减”、“满减”等传统打折方式刺激消费者购买的现在，网店的打折、秒杀、送券、送大礼包、积分兑换等活动，也迫使商场以及各大专卖店拿出更多“诚意”打动消费者。

观点：网络购物的兴起，强劲的低价竞争蚕食了不少传统销售的份额，面对新生事物的出现，传统实体店“思变”是顺应形势，迎合潮流发展的最佳选择。实体店要迎头赶上讲诚信、保质量、创服务是基本，而产品多元化、丰富化是发展的秘诀所在。

现在不少主流购物网站也有一部分拥有实体店背景，倘若传统实体店卖家愿意积极尝试与网络交易结合在一起，实现线上线下良性互动，对买家而言，方便购物的同时又增加了售后服务及维权方面的实体信誉保障，对实体店而言也意味着莫大的商机。传统与现代并行，相信这是未来销售发展的新方向。

消费提醒

很多消费者对于液晶电视的高清、标清、1080P等新名字已经耳熟能详了，即便如此，依然要避免选购液晶电视的四误区。

误区一：技术指标夸大其辞

实际上，不同的测试标准，往往会产生截然不同的技术参数，按照中国从2007年初开始执行的新的技术标准，盲目信任这些技术参数往往会发现实际买到的并不是最佳的产品。

屏幕分辨率也是如此，目前市场上的一些产品宣传的分辨率达到1080p也并非物理分辨率，仅是兼容支持而已，只要仔细辨别就能发现两者的区别。

选购液晶电视 避免四误区

误区二：调节亮度改善图像

恐怕所有消费者都明白，能不打折扣、最大限度地反映画面质量的液晶电视，才是最好的电视。不少品牌只做表面文章，通过调节对比度、亮度等指标来掩盖画面质量不好、不鲜艳等瑕疵。

需要注意的是，消费者一味追求亮度则会产生刺眼的感觉，导致视觉疲劳，最终得不偿失。一般来说，选择合适的亮度与观看电视的距离有很大关系，大尺寸液晶电视观看距离一般比较大，适合选择亮度较高的款式，而小尺寸液晶电视则宜选择低亮度的产品。

误区三：电视+音响=视听

音响往往是被不少消费者忽略

钟祥

进口葡萄酒 别被“原装”忽悠了

“干红葡萄酒的标签上写着原产地：法国，但是下面灌装公司和地址却在国内，到底是不是原装进口酒？”日前，国内不少进口葡萄酒为了在竞争中争得一席之地，纷纷打起“原装进口”的旗号。

在商场或超市的酒类专区，数量最多、占用面积最大的是花样繁多的进口葡萄酒，无论品牌、种类都令人眼花缭乱，部分商家还开辟了进口葡萄酒销售专区。促销员介绍，进口葡萄酒近两年销量增长迅速，只要一说“原装进口”，就会有很多人买。到底是不是原装进口？促销员称，包装上写了原产地是法国。

“其实，在国内有很多经销商采用在国内分装的方式来进口葡萄酒，因为这种进口方式成本更低。”一家贸易公司人士透露，这样一来，经销商不但可以用同等的运输成本进口大量的货，而且在国内分装时也



资料图片

可以采用更加便宜的包装材料，成本上比原装进口葡萄酒节省不少。当然，品质也不及原装进口的好。

销售人员介绍，区别原装进口红酒和国内分装，首先看标签上有没有灌装地。原装进口的是有原产地及

灌装时间，并没有灌装地。反之则有。

其次，要注意看酒标及检验检疫中文标识。所有进口食品都要加中文，背标，如果没有中文背标，有可能是国内分装或走私进口；再打开酒瓶，看软木塞上的文字是否与酒瓶标签上的文字一样。

而且，欧洲传统葡萄酒消费国的葡萄酒都是分等级的。比如，法国的葡萄酒法律将葡萄酒分为4级：AOC是最高级别的法国葡萄酒。拿一瓶酒，酒标上标示为Appellation+产区名+Controlee。一般来说这个标识的首尾两个单词是不变的，而中间的单词因产区不同，有变化。如果是国内分装，则没有这些等级标识。

再就是可查条形码来辨识，国内分装产品的条形码应是69开头，法国原装进口应是3开头，00-09则代表美国或加拿大进口。

孙璐

企业大义伸援手 破解春节乘车难

金六福：老乡，我们结伴回家

1月5日，春节前夕的寒风逼人，但在一班老乡的心里，这天却是格外温暖——这天，由著名白酒品牌金六福发起，联同全国数百名车主、各省市商会、同乡会、名人明星等热心人士共同建立的全国首个春节回家互助联盟“金六福”正式在穗成立。在这场以金六福“春节回家，乡助同行”为主题的大型公益活动启动仪式上，首批“福军”——来自北京、太原、上海等十大城市选派的近百名车主代表现场高呼“老乡，我们一起回家吧”，邀请同城老乡搭乘他们的“顺风车”一同春节回家，免费帮助他们解决“春运”之难；同时，“福军”们也向全国人们呼吁，请更多的老乡参与到这个互助活动中，让这个冬天的回家之路不再孤独、无助和寒冷。

长期以来，“春运”就是压在外出打工一族心头的一块大石头。“我们要回家！”恐怕是他们在春运期间的最大愿望。即使国家每年都在大力完善交通网络，增加动车组等各种交通工具，加强打击春运黄牛党的力度，但“买票难”、“上车难”、“回家难”的情况依然比比皆是。据悉，2011年春运期间，全国旅客运量将达到28.53亿人次，比上年春运增长11.6%，其中铁路2.3亿人次，增长12.5%；道路25.56亿人次，增长11.6%；水运3500万人次，增长6%；民航3220万人次，增长10.8%。春运怎一个难字了得？

“有没有一个第三方的力量能帮助改善这一状况？正是出于这样的想法，我们十分支持金六福‘春节回家，乡助同行’互助联盟

的成立。希望能够发动民间守望相助的力量，‘老乡们’有车出车，有力出力，一起同行，互助回家！”对于互助联盟的成立，来自广东陕西商会的秘书长李军显得十分兴奋。与李秘书长一同出席活动的，还有广东山西同乡会会长安捷、广东江西同乡会会长罗家坤，他们都对互助联盟的成立表示衷心的感谢和支持。

据了解，这是国内第一个由民间自发组织的，解决“春节回家”问题的民间公益平台，它的成立的初衷是为了在异乡打拼的人们解决春节回家难的问题。金六福作为联盟的发起者和支持者，为联盟提供资金、奖品及活动平台的搭建管理，与各大同乡会、论坛等社会热心力量联合起来，鼓励民间用

“老乡帮老乡”的方式，让“老乡们”春节一起回家。

王见宾