



本报讯 近日,以“领袖时代”为主题的才子男装第二届衬衫文化节亮相郑州,为中原消费者带来了一场领袖衬衫时尚文化派对。活动现场,由众多中外名模协力演出2013领袖衬衫时尚T台秀。才子男装独创推出的领袖衬衫成为瞩目的焦点,无论是在动态展示区还是静态展示区,都围满了询问和体验的消费者,他们一方面对于才子能够富有中国传统特色的刺绣艺术巧妙融入衬衫设计而表示认同,一方面也通过亲身试穿体验领袖衬衫的别样时尚魅力。才子衬衫文化节负责人表示,在经过杭州、北京两站活动的强力传播后,在郑州才子男装第二届衬衫文化节的影响力也开始全面释放。据悉,在郑州站之后,才子男装第二届衬衫文化节活动还将继续在福建厦门、陕西宝鸡、贵州贵阳、广西百色等城市巡演。(赵佳)

小朋友 大朋友 一起快乐过6.1

本报记者 武 蛟

“妈妈,我要六一儿童节过生日。”“谁说只有小朋友才能过六一,亲们快送礼了,来者不拒”……

动画片、棒棒糖、活动玩具、拼图游戏……所有的专属标签组成了一片快乐的海洋,但如今,大人们也要跻身孩子们的世界,六一儿童节,全体狂欢如何?不管是打着节日的旗号娱乐休闲,追忆逝去的童年时光,还是带着孩子全家总动员,圆了孩子小小的心愿,总之,这个六一,进入HIGH模式吧。



来购物中心 致你我的童年

在六一儿童节,将一整天的时间留给孩子,或“扮演”多年前的自己感受天真童趣,也别具一番意义。

5月24日至6月2日,中原万达广场精心为市民准备了丰富多彩的儿童节活动,包括5月31日的童话偶像巡游、6月1日超级潮童

大赛、万名儿童绘画长卷展、轮滑寻宝大赛等活动,潮童大赛和万名儿童绘画接受现场报名。

同时,截至6月2日,在国贸360广场一楼中心圆,消费者都可参加“丢沙包 跳房子”活动,再扫描二维码,有机会得到6月升级版会员特权礼包,而在每天16:30-18:30,还能参加不设空奖的抽奖活动。

去精品百货 享店庆的优惠

六一儿童节恰逢大商新玛特金博大和丹尼斯花园店周年庆活动,那么,无论是送孩子礼物还是犒劳自己,血拼一把都能享受最低折扣优惠。

据了解,大商新玛特金博大7周年加盟庆期间,主打300返161、返100、返61活动,每档同时加送20元超市礼券,另外,品类活动同样丰富,珠宝镶嵌品类满1万返1千,名表、施华洛世奇1000返100,活动期间会员享受满2000赠大商定制进口红酒一瓶,家电等贵重商品要增加到5000享受这一优惠。

而丹尼斯百货花园店五周年店庆的活动也十分诱人,丹尼斯花园店在今日推出特别营业时间(9:30-24:00),满800元返600/300元百货电子礼券,化妆品专柜累计购物满3880元以上即可兑换相应档级赠品,6月1日、2日两天,非丹尼斯VIP顾客当日累计消费满3000元(特例商品满15000元),即可至12F贵宾中心申办VIP卡一张,申办成功即赠送精美礼品一份和芙蓉美颜美容卡一张。

消费资讯

德克士河南开出200家快餐店



本报讯 5月26日,德克士裕鸿餐厅开业,这成为德克士在河南开出的第200家快餐店。

据了解,德克士自1997年第一家店入驻郑州以来,目前我省是德克士店面最多的省份。德克士与康师傅同属于台湾顶新集团旗下子品牌。德克士凭借着明星产品“脆皮炸鸡”外脆内多汁“咔滋咔滋”的口感,受到消费者的喜爱,被誉为“炸鸡专家”。

近期全国上市的新舒食特色产品“米汉堡”,香滑可口的米饼,搭配特制烤烤酱的鲜嫩鸡腿肉及XO瑶柱海鲜酱的大块虾排,丰富的口感层次不仅满足现代人挑剔的味蕾,在中国风盛行的今天,更加符合时代潮流。而2013年德克士首家“舒食快餐店”亮相,现点现做的用餐体验,跳脱传统西式快餐概念,给消费者带来耳目一新的感受,完美诠释了东方舒食理念。

在保持二三线城市优势的基础上,德克士在2013年将加速在一线城市的扩张,据其郑州分公司副主管韩宪勇介绍,预计在今年第三季度,德克士全国门店数量将突破2000店。(楚亚利)

消费微观察 栏目记者 武 蛟

购物中心“去百货化”结论尚早

关注:购物中心“去百货化”已成定局?据报道,南方一些城市的购物中心似乎刮起了“去百货化”之风,近日,在广州海珠区新开业的一家8万平方米的大型购物中心乐峰广场,已看不到主力百货店的影子,取而代之的是一些知名快时尚品牌。

另据了解,近年来,随着购物中心数量的增加,广州也有小型购物中心如万菱汇、高端购物中心如太古汇等均放招揽主力百货。而成都的来福士购物中心也没有百货主力店,进驻其中的旗舰店品牌多达50%;深圳华润再打造的社区购物中心欢乐颂,也主打餐饮、休闲娱乐,不再引入主力百货。

观点:之所以出现购物中心“去百货化”,原因在于百货主力店的劣势逐渐凸显,特别是“二房东”模式的硬伤,没有买断的特色商品和良好的品牌组合,甚至与购物中心的招商雷同,再者,购物中心的快时尚品牌、餐饮、影院等覆盖了青春时尚族的主流需求,在吸引人气方面超越了主力店。

但是,购物中心真的不再需要百货主力店?业内人士认为,百货作为重要的集客业态有其特殊的作用,盲目地去百货化和排斥主力店的想法有失偏颇。百货作为一个成熟业态其对顾客的控制能力优于购物中心,其顾客层比较宽泛,尤其在中年以上的年龄层有稳固的吸引力。

依目前来看,此类现象在郑州还没“苗头”,一些百货商场在转型的过程中,丰富业态尝试“购物中心化”,放眼全国,也非大势所趋,所以,购物中心“去百货化”已成定局结论尚早。

提醒

慎防儿童用品类钓鱼网站陷阱

伴随六一儿童节的临近,热衷网购的“80后”父母已经提早摩拳擦掌准备网上“血拼”一番,与此同时,不法分子也蠢蠢欲动借机散播钓鱼网站骗取钱财。专家表示,钓鱼网站与正规网站最大的区别就是身份信息虚假,广大“80后”父母只要抓住该特点,借助“可信网站”验证的各类开放应用合作,即可在官方网站、搜索结果或浏览器中便捷识别此类骗局。

据悉,截至5月27日,中国反钓鱼网站当月已处理钓鱼网站3700多个,值得一提的是,以正规儿童用品网站为仿冒对象的钓鱼网站举报已呈递增趋势。预计儿童节前后,玩具等儿童用品类钓鱼网站数量将会迎来年内首个“小高峰”。

网购市场的火爆催生了“特惠”、“低价”为幌子招揽顾客的钓鱼网站,搜索一下“儿童节礼物”关键词,搜索结果高达500万条,其中,很多网址链接正是不法分子制造的钓鱼网站,网民稍有不慎,就可能陷入骗局。

关注

童装涨价超三成 “80后”妈妈仍买单

临近六一儿童节,家长们忙着给孩子们准备礼物,买身衣服是最普遍的选择。记者了解到,郑州市各大商场也已推出丰富多彩的童装促销活动,即便打折以后,童装价格依然“奢侈”,不过这丝毫不影响家长们的购买热情,特别是“80后”父母。

有媒体报道称,2013年童装价格相较于去年涨幅达到了30%以上,近两年成人服装市场价格增长放缓,却没有影响童装价格的逐年递增。

记者发现,因品牌、品质的不同,目前市面上的童装价格从一百多元到两千元不等。除了专卖店,H&M、C&A、UNIQLO等快时尚品牌店内也没有童装专区,目前童装市场一片繁荣景象。

据了解,原材料价格上涨、人工费用增加是导致今年夏天童装价格上涨的主要原因。近年来形成的多层代理制度已让一件童装从工厂到柜台,中间经历多重代理销售的环节,而每一个

环节的毛利增幅目前在15%左右,一些高端童装品牌的高价位似成一种常态。

调查显示,今年以来成衣产品的订单量都在下降,只有童装在上升。我国童装销售量三年来,分别比其上年增长了26.8%、16.4%和31.7%,并将在今后几年中以此速度递增。

业内人士认为,在成人服装普遍低迷的市场环境下,童装就像一针强心剂,刺激着众多服装品牌的童装。面临成人服装的高库存和成本压力,童装成了缓解这些压力的最后一块蛋糕。

然而,由于“80后”父母消费观念的转变,大部分相当愿意在孩子身上下“血本”,鉴于童装从一定意义上来说完全属于一次性消费,记者还是提醒“80后”父母,品牌服装在用料和质量方面的确较好,但不需一味追求大品牌,以免在童装上过度消费。

家电商积极应对“后补贴时代”

本报记者 武 蛟

节能补贴 成效明显

数据显示,2012年节能补贴政策带动3270多万台高效节能家电的推广,拉动消费需求1154亿多元。以彩电为例,节能补贴使电视单价平均下降115元,对终端价格拉动贡献达到5%。

而从苏宁方面的数据来看,目前苏宁渠道黑电节能产品销售占比超过90%,空调、冰箱、洗衣机的节能产品销售占比均超过75%。

“永乐电器从四月底就开始宣传节能补贴未班车活动,消费者可同时享受国家补贴、永乐补贴、厂家补贴,最高累计补贴2000元,卖场十分火热,周三周四周五是高峰期。”永乐电器市场部经理李波说。

李波告诉记者,截至五一,永乐电器2013年上半年同期增长47%,单就五月份同期增长60%,其中四成是节能补贴政策的推动作用。另外,国美、五星等我市其他电器大卖场在节能补贴政策的影响下,也取得了不错的销售业绩。

另据介绍,节能补贴政策实施后,平板电视全面提升了能效等级,空调产品升级换代速度加快,二级能效空调产品逐渐成为市场主流。

政策到期 争议颇多

家电行业再次进入“后补贴时

代”,但针对补贴政策要不要延续的话题,业界仍在热议。

“节能补贴政策使家电厂家生产力提升,商家销售额提升,消费者享受补贴,直接受益,希望诸如此类的政策能持续下去。”李波如此感慨。

TCL集团股份有限公司董事长李东生在微博上表示,国家节能补贴政策对于调整产业结构,促进消费作用很大。该政策结束之际,节能家电销量明显增加。普及节能家电是个长期工程,国家的补贴政策能够起到鼓励作用,希望政府能够延续这项政策。

同时有专家认为,家电企业不能“靠政策吃饭”,节能补贴政策极大地推动了家电产品的销量,但销量的提升并不等同于行业的持续发展。节能补贴的实施,在促进节能创新研发的同时,也淡化了企业在其他技术层面的追求。从长远看,家电企业应该理性面对政策结束,逐渐摆脱政策依赖,也只有这样才能实现整个家电行业的转型升级。

同时,也有观点指出,补贴政策在很大程度上对家电市场造成了提前透支,家电产品属于耐用品,政策的刺激打乱了固有的消费周期,家电企业或将面临巨大的高库存压力,预计今年下半年家电市场将会迎来又一个低谷。

企业发力 节能继续

虽然节能政策已经结束,但由于目前家电市场的刚性需求犹存,再加上6月份进入空调销售旺季,我市大部分家电商家还是对“后补贴时代”充满信心。

“六七月份受政策退出的影响比较明显,估计会有20%左右的销售下滑”,李波告诉记者,随着市场需求的逐渐释放,预计8月份家电销售能恢复正常。

为了吸引消费者,永乐电器将在端午节期间推出不低于“五一”力度的促销活动,并针对制冷产品做营销,同时,7月初将有新门店开业,并将重点放在“7·17”周年庆典上。而同样的促销活动,苏宁电器、国美电器、五星电器等家电卖场也会次上演,甚至推出“企业版”家电补贴,以刺激消费。

记者了解到,政策结束后,家电价格将回归正常,市场格局也会重新调整,重新寻求各类产品的价格定位,不过,价格波动不会太大。国家节能补贴政策起到了很大的鼓励作用,但真正普及节能家电仍需要时间。苏宁电器市场部经理邓鹏表示,节能补贴到期后,苏宁仍将在节能产品的创新与品质方面继续发力,推动家电消费市场的健康、平衡发展。

关于受理社会各界对国家开发银行股份有限公司资产安全监督举报的公告

国家开发银行股份有限公司(以下简称国家开发银行)以科学发展观为指导,以开发性金融服务国家中长期发展战略,在融资推动国家经济建设和社会发展的过程中,始终秉承开门办行、民主办行的宗旨,努力实现“阳光投资”,建设“阳光工程”。自2006年8月国家开发银行成立“审计举报办公室”以来,公开受理来自社会各界的监督举报,并取得了良好效果,为加强风险防范,履行社会责任,共建健康企业、健康市场,健康金融发挥了积极作用。

国家开发银行作为中长期投融资主力银行,将围绕国家“十二五”发展规划,服务于科学发展和社会和谐。在此重申:

热忱欢迎社会各界对国家开发银行资产安全进行监督,对危害或可能危害国家、地方、公众及国家开发银行利益的行为进行举报。

现就有关事项公告如下:

一、**监督范围**

与国家开发银行资产相关的项目法人及组织,包括国家开发银行的贷款项目及客户,为国家开发银行贷款提供各类担保的客户,以及国家开发银行的管理资产所涉及的其他客户等。

二、**监督内容**

(一)利用虚假的经营信息及申报材料,骗取国家开发银行贷款的行为。企业以不真实或虚假的资产、负债、损益信息及其他申报材料信息,恶意虚报包装,以骗取国家开发银行贷款的行为。

(二)挪用、挤占、侵占国家开发银行贷款资金的行为。借款人或贷款人违反合同约定,擅自将项目贷款资金挪作他用,或非法占用、私分和转移,或造成重大损失和浪费,以及其他违法违规使用行为等。

(三)恶意拖欠贷款本息或悬空国家开发银行债务的行为。企业有钱不还,或借资产重组、改制等重大经营事件,转移和抽逃资金,逃避和悬空债务,以及其他有意、故意、恶意逃废债的行为等。

(四)侵害国家开发银行投资权益等其他危害国家开发银行资产安全的行为。

三、**举报方式**

社会各界人士如发现上述情况,可采用书信、来访、电话、传真、电子邮件等形式,随时向国家开发银行反映或举报。反映或举报内容尽可能详细具体,实事求是,不主观臆测。反映或举报可以署名或匿名。为便于了解更详细的情况,反馈有关调查处理情况,鼓励举报人署真实姓名并留下联系方式。国家开发银行承诺对举报人身份严格保密。

四、**奖励**

经调查,举报情况属实,且避免或挽回国家开发银行资产损失的,国家开发银行将视具体情况对举报人给予一定的奖励。

五、**受理联系方式**

1. 总行
来访或来信地址:北京市西城区太平桥大街16号丰融国际C2座,国家开发银行股份有限公司审计举报办公室。(邮编:100032)
电话:010-68333171 传真:010-88308914 e-mail:jubao@cdb.cn

2. 分行
来访或来信地址:郑州市金水路276号,国家开发银行股份有限公司河南省分行审计举报办公室。(邮编:450008)
电话:0371-69331706 传真:0371-69331813

六、此公告由国家开发银行解释,相关内容已在国家开发银行网站上予以公布。特此公告

国家开发银行股份有限公司河南省分行
2013年5月31日