

六月的歌

六月的歌为谁唱？田野，阳光，还是……

六月的天空，栀子花香弥漫；六月的田野，草地好鲜嫩，草地好年轻，六月的草地是属于谁的呢？时间老人说，六月的草地是属于牧童的，属于牧童的羊群，属于牧童的山歌。

弹去五月的风尘，迎来六月的光芒，悠扬的锣鼓声荡起一片欢乐的海洋，六月里的阳光明媚，六月里的花香四溢，六月里的歌声嘹亮，六月里播撒希望，六月是童年的摇篮，是童年的故乡，六月有童年的沃土，有童年的太阳，童年是一支歌跳跃。

六月已是夏天，风中黄色的丝带，紧紧缠住了锋利的镰刀。田野中一场较量，震天动地，急性子的布谷鸟在空中检查战果，不甘寂寞的青蛙呐喊助威，希望的种子聆听着土地的心跳，时不时地伸展着调皮的手脚，好奇地探出脑袋寻找风景，绚烂的蝶，飞舞在童年的季节。五颜六色的野花装饰着青春的梦，村中央书写着五线谱的池塘，一次次点水的蜻蜓，爱恋着碧绿的水草，连天的莲叶。上瘾的村庄准时吞云吐雾，老汉们的牛羊从草尖上归来。我慢慢地握住温热的麦子，阳光的气息扑面而来，幸福，在故乡的土地上蔓延。

六月的碧空，飞着蝶儿蜂儿鸟儿，六月的枝头长满花儿叶儿歌儿，遍地的阳光漫天向往，伴着红领巾翩翩起舞；六月，那么多好看的花是从哪儿飘来的，那么多好听的歌是谁教会的，牧童的鞭杆会说悄悄话，一句一句和羊群咬着耳根告诉你……

六月，春已逝去，风还为谁唱，雨将为谁歌？六月，是郑州日报与郑州晚报创刊60周年，也是郑州晚报成功改版7周年，作为主要的传媒力量，《郑州晚报·第一商业》一直关注着中原大地商业发展中的风风雨雨，用新闻纸记录着风为谁唱，雨为谁歌。

歌者用心吟唱，听者用意神领。歌者为歌倾心，听者为歌动情。未来，作为记录者，郑州晚报将把浓浓的柔情、深深的爱意都带进歌里。

六月，天空为阳光而歌，阳光为田野而歌，而《第一商业》为中原商业的发展而歌。樊无敌

举办欢庆时 真心表敬意

6月19日读报有奖名单 (第十八期)

今年是郑州日报·郑州晚报创刊60周年，也是晚报改版7周年。60年弹指一挥，在这举杯庆祝报社生日的时刻，我们衷心地关注晚报的读者表示敬意，并提醒，天热注意防暑。同时，记者提醒读者：由于是抢答，参与的时间要早，同时，请参与者留下姓名和联系电话。下面5位是第18期获奖名单：

符明冉 139371XX671
鲁宝凤 137834XX516
王红兵 132838XX466
黄红卫 0371619XX477
桂小记 15516165352

本报《读报有奖》由“长远手机连锁企业”提供价值20元的奖品。读者用手机短信或邮件编辑题号和答题序号(注：留下姓名)，发短信至13203810263或fanwudi2005@126.com即可。答案在当日晚报B叠《第一商业》或《第一卖场》相关版面。有效答题时间截止到当晚8时。中奖结果刊登在每周五《第一商业》或《第一卖场》“读报有奖”专栏中，读者也可拨打咨询电话(0371)66038399查询。获奖名单刊出后，获奖者需在7日之内持有效证件到位于郑州市德化街68号国际友谊广场负一楼“长远手机连锁二七旗舰店”领奖。逾期不领视为弃权。

本周读报有奖题目：

- 1.正道花园百货的年中庆活动是从什么时候开始的？
- 2.5月初，商务部通知，定于何时在全国举办“扩大消费，创新生活”促消费活动？
- 3.停牌半年多的国美电器何时在港复牌？
- 4.海信新推出的御享系列360度全直流变频空调能效比最高达多少？

“长远手机连锁企业”温馨提醒，请获奖读者及时领取奖品。 晚报记者 樊无敌

解读百货业“千店一面”现象(一)

差异化面前的“危”与“机”

6月底，中原大地骄阳似火，天气一天比一天热，这时候，没有什么紧急的事情，人们甚至都不愿意走出家门。

然而，作为大商集团郑州地区集团总裁的皇甫立志却没有心情在办公室享受空调所带来的凉爽。“现在正在对各个商场进行调整，争取所属的商场在经营上越来越互补，一步步解决当前存在的经营上的同质化问题。”一边走，一边擦汗的皇甫立志介绍：“同质化的百货竞争怪圈在百货业内讲了很多年，但一直以来鲜有成功突围者，根本原因或还在于百货盈利模式的创新转变，百货业未来的趋势在于提高自营模式比例，打造自有品牌才有出路。目前，国内约70%的百货企业都试图解决这一问题，大商金博大店和大商国贸总店距离不是很远，如何使两者之间达到差异化经营，就如‘左右手’那样形成互补，是我们努力的方向。”

晚报记者 樊无敌 冯刘克/文 赵楠/图

寒冬里如何点燃市场消费热情

当时光回到21世纪之初时，中国正在为进入世贸组织而努力，那时就有不少人高呼“狼来了”。当脚步来到2009年的6月份之际，这种“狼来了”的呼声还犹然未绝于耳，但现在这些中原的商界精英们显然已经没有了9年前那种惊慌，他(她)们显得很平静。“经历过太多风雨的中原商业已经学会了坦然地在群狼环伺中学会了与狼共舞。”大商集团紫荆山百货大楼总经理王玉梅十分有信心地说：“现如今，金融危机来了，世人一片恐慌，但是仔细想来，这一场席卷全球的金融危机，是‘危’同时也是‘机’。”

“在21世纪的头3年里，由于超市、大卖场、家电连锁等新业态的冲击，百货业一度陷入低谷，直至2004年，销售收入与毛利率才开始同步上升，并在此后几年呈稳定上升性发展，当时不少零售业专家也曾根据这一趋势预测百货业又重新进入了黄金发展周期，然而天有不测风云，岂料到了2008年末，这一进程又因为受国际金融危机的影响而充满了变数。”河南商业协会会长张惠玉指出，虽然因为金融危机对零售业影响的滞后性，目前百货业受到的冲击还不是很明显，主要表现为一线城市的中高端百

货消费走低，但是毫无疑问，百货业整体将在2009年下半年迎来真正的寒冬。

“在这场危机面前，人们在消费市场更为理性。消费者的偏好将更注重节约，减少奢侈品的消费数量，但同时，由于旅游出行等活动将成为消费者首先舍弃的娱乐活动，购物对于消费者来说反而成为一种相对比较便宜的娱乐活动。在这种情况下，企业多年积累的品牌影响力将对消费者的购买选择发挥更大的作用。”河南商业研究所所长张进才分析道：“今年上半年的每一个大小节日，各个商家都使尽绝招，进行了力度空前的大促销，这些百货商家迎战金融危机的重要措施，虽然这期间不少商家都有了10%~30%的销售增长，营业额同比增长明显，但当夏季来临，天气越来越热的时候，金融危机的影响逐渐显现，单一的降价返利促销手法已麻痹了消费者的神经而不再成为强有力的销售推动时，我们的百货企业又应当如何应对？”

大幅度促销后的隐忧

目前，我国零售业的利润来源于三个方面，扩大购销差价、降低经营成本和收取渠道费用，而利润的三个来源形成了三种不同的盈利模式。河南财经学院教师史璞认为：“这三种盈利



模式的效果如何，在根本上取决于新型合作关系的建立以及改变顾客、零售商、厂商三者之间价值此消彼长的博弈关系。”

今年5月初，商务部下发通知，定于2009年5月1日至11月30日在全国范围内举办“扩大消费、创新生活”为主题的促消费系列活动，要求各地商务部门紧紧围绕搞活流通、扩大消费的工作重点，围绕社会消费时尚和热点，组织企业开展灵活多样的主题性促销活动。当前，在金融危机大背景下和“搞活流通，扩大内需”的紧要关头，这次通知的内容似乎显得更加耐人寻味。

近年来，中国的百货业呈现快速发展势头，这掩盖了行业发展存在的很多问题和矛盾，金融危机的冲击使这些问题和矛盾凸显出来。史璞分析说：“经营同质化，缺乏特色和差异，也即

所谓的‘千店一面’现象在百货业很明显。与此同时，在这些年的快速增长期里，大量的跑马圈地导致部分企业资金链紧张，企业变得非常脆弱，难以承受冲击。扩张过快也导致了管理粗放，行业的服务水平相对较低。”

“事实是，眼下零售业目前经营模式正在经受着前所未有的考验。除了金融危机和经济下行的一些因素以外，零售百货业在自身快速增长的上行周期里也积累了大量的矛盾，我们必须从自身找原因。”河南商业协会副会长何宏剑指出，中国百货业的盈利模式也急需转型。一些百货商场以出租柜台式的物业管理型经营模式为主，在行业快速上升期租金不断上升，利润不错，日子过得非常好，但是一旦经济回调，自营能力弱的弊端就显示出来了，很容易陷入被动困境。