

# 王城公园“玉器一条街”悄然形成

如今,古老的玉石成了时尚界的“宠儿”,手腕上通透的玉镯、胸前佩戴的翡翠挂件,抑或是家中安放的玉石摆件……玉器被越来越多的现代人喜爱和珍藏。随着春节的临近,买玉、送玉更加盛行,而王城公园附近悄然形成的“玉器一条街”成为了众多爱玉者的理想买玉之地。

最近,细心的消费者都会发现,在王城公园大门两侧,仅经营玉器的店铺就有十来家,品牌玉器店连成一片,一条有规模、品牌优的“玉器一条街”正悄然形成。

## 十几家玉器店打造“玉器一条街”

李小姐是山东人,在我市某科研单位上班。李小姐觉得,近年来玉饰品特别受欢迎,佩戴玉饰成了一种时尚,于是决定今年春节回老家就送母亲一个玉镯子。在同事的指点下,李小姐来到了王城公园大门西侧,她发现这里的玉器店很多,规模也都比较大,各种品质的玉器都可以在这里找得到。

据记者统计,这里有和合玉器、宝璞斋、勤拱翡翠、今世福和即将开业的东方神韵等十来家玉器店,这些玉器店主要经营和田玉、翡翠和南阳独山玉,在种类上,主要有摆

件、手把件、挂件、饰件等,从几十元到近百万元的各档次玉器应有尽有。这些玉器不仅种类齐全,而且工艺精细,不少是出自玉雕大师的妙手,相信爱玉的你一定能在这里淘到一款让自己满意的玉器。

## 精品玉器店成发展方向

东方神韵的徐总从事珠宝行业十几年,一次来洛旅游,他发现洛阳的玉器市场特别是精品玉器市场潜力非常大,经过长达数月的考察,他把自己在洛阳的第一家玉器店开在了王城公园大门西侧。“这里地理位置优越,已有的玉器店生意都不错,他们的经营品种也比较上档次,管理相对到位,许多爱好赏玉的消费者都喜欢光顾这里”。

在勤拱翡翠专卖店里记者发现,来这里买玉、赏玉的既有时尚的青年男女,也有一些风度翩翩的商务人士,更有一些上了年纪专门来此淘玉的外地人。这里的玉器似乎会说话,一件件精美的艺术品摆在

你的眼前,任谁都会陶醉其中。

和合玉器的高总称,这里玉器专卖店都在升级,和合玉器联手和缘宝玉已多次推出子料展,主营产品料和金镶玉的和缘宝玉也将在此落户。在我市已有10余家网点的全国连锁香港今世福珠宝的刘总透露,精品玉器将成为这一行业的发展方向。

业内人士分析,王城公园附近形成“玉器一条街”,客观条件已经具备。“玉器一条街”要长足发展,打造精品玉器店势在必行。只要保持良好的发展态势,王城公园“玉器一条街”必然会成为洛阳市民赏玉、买玉的首选之地。

(本刊记者 景庆霞 李宇辉)

编后:经济的飞速发展让珠宝业成为继房地产和汽车之后的主流消费品,玉器以其美妙的寓意和日益稀缺的珍贵性而成为人们收藏和馈赠亲朋的首选佳品。品牌玉器商不谋而合地选中了主要满足高层次消费需求的王城公园名店街,也注定了王城公园“玉器一条街”在该行业的领导地位。

# “画质先搭台,内容方唱戏”

## ——2010年互联网液晶电视应用趋势探讨

在许多IT人士作出“不久的将来显示器将取代电视”的预测后,2009年突如其来的“互联网化”风潮,则让平板电视在客厅的娱乐地位更加稳固,难以撼动。有市场调研机构统计,今年互联网电视增速将超过50%,市场规模超过300

亿元,但“互联网电视”真的会顺利地进入发展快车道吗?

众所周知,即使到今天,互联网中流媒体娱乐资源的版权保护机制尚不健全,消费规模急速增长的平板电视市场与互联网的融合,无疑会使“版权所有”问题更复

杂化。如今的全高清应用平台、画面优化芯片等技术应用,已基本能满足“互联网电视”的画质应用,但是“以功能型为主”的消费特性,也决定了“互联网电视”在画质应用上的薄弱性。

事实上,在如今决定互联网

电视产业走向的关键期,即使功能应用的升级也需要搭配卓越的面板技术平台,这就要求大厂商更加重视高端技术的集中投入,这样方能持续护航使互联网消费规模不断壮大,迎来更广阔的未来。

# 数字互联网电视时代 选 TCL LED 更放心

TCL是全球最早进行互联网电视研发的企业之一,技术力量雄厚。TCL互联网电视也是全球首创产品,实现了智能化、全网络和内容服务的完美融合,引领了全球彩电业变革,诸多机构均给予其“引领电视业下一个十年”的高度评价。

在全国各大家电卖场,TCL的互联网电视阵容最为强大。当前,包括超薄版LEDX10、C10系列,稳重版P10、V10系列,经典版E9、F10系列等六大系列互联网电视均已上市,构建起“LED数字互联网电视”、“蓝光互联网电视”等强大的互联网产品群,每位顾客

都能在TCL找到自己满意的产品。

LED电视经过多年发展,当前最新产品已发展到第三代,即“LED数字互联网电视”。第三代LED电视不仅应用了新一代LED背光技术,而且兼具数字一体机功能,同时还实现了可智能升级的互联网功能。这个春节,TCL全线LED数字互联网电视最高让利4000元。

在国家全力推动3C融合的大形势下,TCL实实在在地帮助越来越多的用户实现升级换代。刚刚开工的8.5代液晶面板项目,加上已落成的液晶科技园

和模组生产线,使TCL成为中国首家打通产业链的彩电企业,未来1400万块的年产能将解决中国彩电“缺屏少芯”的现状,为推动中国彩电升级换代提供强有力的保障。当前,TCL不仅在8.5代线方面突破了LED背光技术领域的多项技术瓶颈,而且在LED产品的互联网实用性功能研发上也取得了长足发展。

以洛阳有线电视为例,使用TCL LED数字互联网电视,用户无需机顶盒即可收看数字信号节目,现在能收到超过100个数字电视频道,此外,还可以享受到影视、游戏、教育、K歌等强大的互联网娱

乐功能。当前主销的X10和C10系列,更是分别获得了行业顶尖荣誉——“IF”奖和“红点”奖,成时下全球高端彩电的标杆。

液晶电视对于普通家庭来说是一项大宗消费,随着国家“三网融合”与“4C合一”产业政策方向的明确,第三代LED产品——LED数字互联网电视,是彩电发展的大趋势,它不仅外观更薄、画质更好、能耗更低,而且还拥有全数字信号接收和互联网功能,智能升级不过时,可全面满足互联网时代用户的需求。业内人士预测:2010年将是LED数字互联网电视的普及年。

咨询电话:63901688

# 容声节能冠军冰箱获市场认可

容声冰箱始终坚持“技术立企”的战略,持续推动技术创新,推进全球标杆化的项目管理,现已开始掌控冰箱行业的“话语权”,并在市场上得到验证。

数据显示,在行业主流冰箱品牌销量持续下滑的情况下,容声冰箱逆势上扬,增势迅猛。中怡康统计数据表明,2009年1月~2009年8月,国内多门冰箱

销量累计同比增长45%,容声三门高端冰箱销量同比增长313.6%,销量增幅稳居第一。据了解,容声冰箱在国际市场上有相当优异的表现,去年1月~7月,我国冰箱出口总量同比下滑10.26%,而海信科龙(容声)冰箱出口同比增长高达17.28%,出口144.4万台,跃居行业第一。

经销商对容声秉承的“诚信经营、稳健发展”的经营理念给予大力支持,并对今后容声冰箱的销售表现出极大的信心,他们希望容声冰箱做大做强,销量持续增长,以实现互利共赢,共同发展。

同时,容声冰箱专注于核心制冷技术的研究与开发,不断进行技术创新。其首创的国际专利分立多循环技术、顶级节

能技术在业界掀起了一股多温区、节能的风潮;其最新推出的七彩光养鲜技术更是开了冰箱原生态概念的先河,继续引领行业的技术潮流。这些都得到了消费者的支持。

2010年,容声冰箱将继续坚持厂商一体化、坚持以顾客为中心的方针,将最先进的技术、最优质的容声冰箱送到消费者手中。

## 超酷数码



### 老炸弹U盘

U盘外观已经不会局限在用固定的模组制造,为了吸引消费者购买,它正在向多元化发展。近期,一款独特的老炸弹U盘出现在网络上。此款U盘由Joel Escalona工作室设计,以老式炸弹为原型,看起来非常逼真,由于这种敏感设计,Joel Escalona尚未决定将其正式投产。



### 战神金刚相机

这是一款战神金刚相机。这款相机可以使用110胶卷进行拍照,因为相机主体就是机器人的肚子,所以就算变成机器人也不影响相机的使用。其华丽的装饰、完美的使用,可以说配合得十分相宜。但该相机略显花哨,给人的感觉像是孩子手中的玩具。



### USB 随身碟扇子

近日,有贴心的日本厂商打造出这把USB随身碟扇子,以前有人在扇子里藏刀,现在则是按下开关,USB接头就可以轻易露出了。这把扇子容量可不小,有16GB,但你知道代价在哪里,一把要价27500日元,约合人民币2006元。



### JVC 基座音响

由JVC设计的基座音响,虽然在功能上并没有十分创新之处,让 iPod / iPhone 翻过来转过去的技术如今也不算稀奇了,不过它那管弯弯的扩音喇叭,依旧相当具有个性化。在这款音响上,包括遥控器和一组音源输入插孔,音效部分则通过 Virtual Dolby Surround 来加强。