郑州日报
2012年4月20日 星期五
时尚·消费
主编 赵 蕤 责编 张涵秋
编辑 陈 茜 校对 管 莉
ZHENGZHOU DAILY BUSINESS

郑州中原万达广场“牡丹美食节”等你来

本报讯（记者 **张涵秋** 通讯员 **彭晓彦**）4月20日起，郑州中原万达广场举办为期1个月的“牡丹美食节”。届时，消费者来中原万达广场既可以领略到牡丹的国色天香，同时也能体验到富有河南特色的“街边美食”。

4月20日~5月20日，来到中原万达广场，即可参加万达联合众多餐饮商户举办的“牡丹美食节”活动，德克士、康师傅牛肉面等多家美食商户的加盟，为本次美食节增添了更多特色风味。

周末两天的下午5点至7点，2号门广场更有爵士舞、激光水鼓、快乐家厨杂技等时尚精彩的演出节目，除此之外，现场互动活动层出不穷：真人切水果、车技表演，另外还有厨艺大比拼，更有丰厚奖品回馈。

活动期间，中原万达广场为广大消费者送去免费公益大餐，4月20日~22日现场免费派发郑州市中原区图书馆阅读卡一张；现场购物满198元送即可送万达广场3楼餐饮店免费富贵菜品一份；购物满298元，万达广场将现场赠送植物园门票两张。

主力店万千百货也不逊色。4月20日14:00~24:00的10小时会员专场，力度空前，撼动全城，流行服装品牌98元当218元花；运动品牌阿迪、耐克限时超低惊喜5折；女鞋品牌98当218花；镶嵌类珠宝低至3.5折；部分化妆品牌现金消费满100元减25元。另还有满额赠好礼，多重惊喜，优惠不容错过。

有人说，万达造的不仅是一座城的重心，还是一种生活方式。此次中原万达广场牡丹美食节，就是为消费者营造一个好的购物环境，改善生活方式，发现生活中无处不在的美。

“快时尚”为何这般“红”

本报记者 **武 姣**

近年来，“快时尚”横空出世，给传统服饰行业带来巨大冲击。在全国各大购物中心，“快时尚”无一例外唱重头戏，其快速的新品上架和平价的大牌设计等优势吸引着广大消费者，而在郑州消费市场，“快时尚”一样风景独好。

“随手拿一件单品，价格不会超出你的承受范围，同时，还可以穿出像GUCCI那样的感觉。”在H&M逛街的时尚达人航航说。

记者走访了郑州国贸360广场、印象城和万达广场，这里汇聚着郑州所有的“快时尚”品牌：H&M、ZARA、UNIQLO、MANGO……即便不是周末，各“快时尚”品牌店内依旧人头攒动，就算已挑选好意中款，也必须排长队等候半小时以上才能进入试衣间。

“快时尚”的影响力不仅仅局限于给消费者带来最直观的时尚体验，而且也敦促传统服装企业改革，进而诞生本土“快时尚”品牌，如ME&CITY和PEACE BIRD等，“快时尚”为何这般“红”？

批量开设店铺

“快时尚”风行中国，最直接的表现就是批量开设直营店铺，甚至各品牌忙着比拼店铺扩张的速度。

相关机构预估，2015年中国服装销售额将达到8000亿元，中国服饰消费市场隐藏巨大商机，较之于中国消费者每年花费在服装上的开支仅仅是美国消费者的1/5，其提升空间和挖掘潜力正成为“快时尚”品牌开设店铺所瞄准的出发点。

“2012年中国将是H&M开设最多店铺的国家。”H&M首席执行官佩尔森说。据瑞典商业银行分析，H&M在中国的盈利比其他任何市场都强，而未来3年内，H&M在中国的门店数量将增加两倍。

有报告显示，ZARA在中国市场的门店数量已经从2008年的23家增长到了2011年的120家，去年整个中国市场的销售总额甚至超过了美国市场。今年，ZARA将重点拓展中国二线城市市场。而作为最早来到中国的“快时尚”品牌，MANGO在店铺数量上也处于领先地位，目前MANGO在中国80个城市开设200家零售网点。

据介绍，H&M在郑州，从接洽到确定入驻，仅仅花费两个多月时间，通过实地考察后，20分钟便完成签约。开店速度在一定程度上也体现了“快时尚”品牌批量开设直营店的实力。

而无论在郑州哪个商圈，消费者都可以找到“快时尚”品牌零售店，一般情况下，在大型购物中心，“快时尚”品牌扎堆出现，像在国贸360广场，H&M、MANGO、C&A、UR四个品牌紧挨坐落于一楼手扶电梯周围。这种现象在国内普遍存在，不仅促使各品牌之间的竞争力更加激烈，而且彰显出“快时尚”鲜明的特点，同时为消费者烘托出良好的购物氛围，能有效的互动并拉动人流。

采用SPA模式

SPA即自有品牌专业零售商经营模式，1986年由美国服装巨头GAP公司提出，是一种从商品策划、制造到零售都整合起来的垂直整合型销售形式。

在这种模式下，品牌服装将生产与零售对接，直接面对顾客，既节约了时间和成本，又确保了利润，同时也增强了与消费者之间的交流沟通。

据了解，ZARA、MANGO等知名“快时尚”品牌都拥有能快速反应的供应链系统，像在MANGO的西班牙巴塞罗那建立的动态分销中心，有24000平方米的面积专门用来存放折叠成型的服装，包括装货、入库、开单、发货等在内的所有流程都实现了自动化，因此其效率比一般动态分销中心快5至7倍。而其自有的物流系统，目前已能实现1小时内分类和发送4万件服装，满足每年9000万件服装的生产及分销。

而ZARA的目标则是15天完成产品从设计、采购、生产到全球各地专卖店上架销售，24小时内配送至欧洲大部分店，48小时到达美国，48~72小时内到达中国和日本。

SPA模式摆脱了传统的订货会模式，几乎实现零库存，从而不会影响生产、销售的安排计划，最关键的是避免了货架上存在三四个月之前流行的款式，而这一点是年轻消费群体最忌讳的。

平价、时尚兼得

专家表示，“快时尚”不太可能消失，因为它迎合了年轻人的口味，服装和配饰由更新换代承接经久耐用，而消费者也越来越聪明，逐渐学会用平价服装演绎时尚，这其中便提示了“快时尚”大红大紫的原因之一。

记者在UNIQLO店内看到，在当季的新品中，一件Lulu GuinnessT恤标价129元，一件女装松紧紧身七分裤标价199元；“平价才能让消费者负担得起。”H&M公司相关负责人说，H&M制造完全外包，外包工厂多至900多家，以此来实施平价策略。

设计师们普遍认为，“快时尚”的出现打乱了固有的时尚格局，普通大众亦可享受高傲的“奢侈品”，至少在视觉效果上，平价时装与高端奢侈品的界限越来越模糊，从街拍潮人的各种装扮中可以看到，一件GAP上装可以与DIOR的长裙混搭，ZRAR也可以与HERMES相互映衬。

据悉，去年年底H&M开始与Versace合作，推出Versace for H&M系列，连范冰冰等明星参加活动都选择Versace for H&M盛装出席，于是又掀起一股“快时尚”抢购热潮。此外，设计师JilSander曾与UNIQLO的+J系列合作长达3年之久，以高级定制闻名的Valentino也曾与GAP推出联名系列。

有时尚观察员表示，大牌设计师与“快时尚”品牌的合作使得时尚与奢华更加亲民化，时装界的未来属于“80后”、“90后”，纵使有完美的设计，如果高价让人望尘莫及，最终还是拉远了品牌与主流消费群体的情感距离，而平价与时尚兼得，才是“快时尚”正确之道，更是受宠缘由。

消费资讯

5万株牡丹盛开 来郑州植物园看花吧

本报讯（记者 **张涵秋**）“春来谁做韶华主，总领群英是牡丹。”4月20日，郑州市第三届牡丹芍药展在郑州植物园开展，展期将至5月20日。

据了解，郑州植物园牡丹芍药专类园占地约4公顷，拥有中原牡丹、西北牡丹、江南牡丹三个牡丹品种群，红、白、粉、黄、紫、蓝、绿、黑及复色九大色系、近400个牡丹品种及100个芍药品种，共计5万余株。其中“姚黄”、“魏紫”，被誉为牡丹的“王”和“后”，尤为人们所喜爱。贵妃插翠、乌金耀辉、青龙卧墨池、冠世墨玉、豆绿等都是牡丹精品，另外还有美国的玲宝、日本的花王、芳妃、海黄等海外精品。牡丹芍药花展期间，市民还可在植物园内观赏到月季、碧桃、樱花等十余种开花植物及1500余种植物。

同时，花展期间还将举办中国牡丹文化展、书画作品展和以“拥抱生态绿城，共赏富贵牡丹”为主题的签名活动。

本届花展不另收费（只收入园门票费），门票价格10元/人/次，对全日制在校学生、60岁以上老年人凭有效证件实行半价优惠；对革命伤残军人、现役军人、残疾人、70岁（含70岁）以上老年人、1.4米以下儿童等实行免票；成人游客50人以上八折。

苏宁率先启动五一促销

本报讯 记者近日获悉，苏宁电器率先启动五一促销盛典，倾力打造“最省”黄金周。

据了解，自4月2日苏宁在全国范围内开展消费促进月活动以来，覆盖了全国近300个城市，惠及数亿的消费者。尤其在中高端产品、高能效产品和套餐产品上取得了明显的销售增长。本次苏宁电器将针对消费者的需求，度身定制6大消费举措，全面升级消费促进月，力求打造一场最省钱的五一黄金周购物季。

活动期间，苏宁力推“信贷消费、绿色消费、家装解决”3大助购举措，以实际的行动积极响应国家号召，携手各大家电厂家，围绕三零分期（即日起至5月7日期间，消费者持建设银行、中信银行、工商银行、农业银行、光大银行的信用卡购买单件商品单笔满1500元，即可享受6期或12期分期付款“0利息、0首付、0手续费”的优惠）、节能补贴（针对活动期间购买空调、冰箱、洗衣机、热水器及小家电一二级能效产品的消费者，苏宁电器将进行50元到400元不等的节能家电助购补贴）、品牌团购、家装套餐等活动，投入海量促销资源，刺激消费，促进家电行业整体向上发展。另有“家电购置基金十倍翻，新品、特价集中爆发，超同期让利，超级团购，全城价格最低保障”等省钱消费举措。 （齐亚婷）

世纪联华中奖会员游青天河

本报讯 4月14日，河南世纪联华超市组织300名“中奖”会员赴青天河踏青游。此次活动是世纪联华为答谢会员的长期支持与厚爱，提高品牌忠诚度和美誉度，特组织的一年一度的会员顾客踏青游活动。中奖会员刘女士说：“非常感谢世纪联华组织的这次踏青活动，我很久没有和儿子一起出游了，这次出游给我们留下了难忘的回忆，想起来就会很温暖。”

据悉，4月21日，还将有300名会员再次踏上青天河踏青之旅。前后两批共赴青天河的近600名会员，是世纪联华10周年庆第一波活动的二等奖中奖会员。世纪联华以后还将不定期举办多种多样的会员回馈活动。

河南世纪联华超市营销策划部经理杨俊萍介绍，组织会员到青天河，主要是为了回馈会员。“这些会员一直是我们的忠实顾客，我们希望提起世纪联华名字的时候，让顾客们想到的，不仅是一个理想的购物场所，还是曾给他们留下美好回忆的生活伙伴。” （张晓丹 杨 猛 安园园）

海尔热水器以旧换新受追捧

本报讯 自前段时间各大媒体报道某品牌热水器爆炸事故以来，热水器的寿命问题再一次成为了大家关注的焦点。为了杜绝超龄热水器引发的安全问题，确保消费者的洗浴安全，海尔热水器将在全国范围继续开展以旧换新活动。

据悉，目前海尔热水器的以旧换新采用售前、售后“双补贴”模式，并且对新购产品进行超高质保承诺，是老用户换新的好机会。记者在卖场走访时发现，这段时间到热水器厨房电器展台前咨询以旧换新的顾客明显增多，短短一周时间，已经成功换新186台，已经换购了新热水器的用户中，不乏十年以上的老用户。海尔热水器以旧换新受追捧程度可见一斑。

据了解，电热水器的使用年限为8年，而燃气热水器只有6年。半数以上的洗浴事故起因是热水器的超期服役造成的。海尔工作人员称，作为企业必须要对消费者的安全负责，不能盲目抬高使用年限而误导消费者。同时也提醒消费者，超龄热水器即使不影响使用，也会因内部元件老化使得耗能增加，而且有潜在的安全隐患，还是不能够超龄服役。

业内人士认为，时值安全事故多发期，海尔热水器此举显示出高度的企业责任感，并为热水器纳入国家以旧换新范畴提供有益的示范作用。 （齐亚婷）

消费微观察 栏目记者 武 姣

零售业遭遇低谷 亟待改革

关注：据统计，今年一季度全国50家重点大型零售企业零售额同比增长8.15%，同比放缓14.48个百分点，其中家电、珠宝行业表现最为突出，如2月份全国百家重点大型零售企业家用电器类零售额同比增长-2.67%，增速相比今年上月下降了5.93个百分点，相比上年同月下降了2.87个百分点。中国零售业目前以及将来面临的下滑态势，着实不利于扩大内需、刺激消费，推动“十二五”经济增长转型。

视点：业内人士认为，我国零售业缺乏较高的竞争力及专业化水平，而下滑的原因在于只重视规模而偏离对顾客的完好服务，同时，企业自身管理的落后也导致经营效益没能达到最佳效果。

专家表示，中国零售业必须改变粗放式增长方式，在新的发展形势下抓好机遇，回归零售行业，以卖商品为主，以顾客为关注焦点，围绕消费者的需求和变化开展营销活动进行服务创新。另外，要实现消费者对价格和环境的期待，并在此基础上开源节流，通过任务考核来提升店员的销售服务能力，增加单店经营效益，从而提升门店核心竞争力。

在郑州市场，零售业也是遍地开花，而作为商城，随着竞争层次的深化和激烈程度的加剧，各零售商和企业必须在大背景下重塑零售精神，通过改革，找准自身定位及发展策略才能立于不败之地。

消费警示

金饰品质量问题频发 三招教你变成“火眼金睛”

花几千元买的金饰竟掺了水分？近日，陕西和山西的老凤祥先后曝出金饰产品质量问题，引起众人关注。对此，许多消费者纳闷了：要怎样才能分辨金银的成色呢？专家建议，消费者可以从三方面鉴别：

一是看颜色。70%以上成色的黄金首饰色泽黄中带青，80%以上成色者基本是黄色，而只要成色达90%以上，包括我们常常说的九九金、九五金，色调明快，没有任何黑、灰、蓝混合杂质。

二是掂重量。金子质重，看起来同样大小的首饰，金子往往比银子和其他金属重好几倍。

三是听声音。成色高的黄金首饰，掷于水泥地声音很闷，并有声而无韵，并不回跳。相反，如果掺杂了别的金属，声音可能比较脆，稍有回跳。

“这些方法只对成色水分很大的才有效，例如镀金镀银冒充纯金纯银等。”刘先生提醒，若是用18K金冒充足金，或者足金冒充千足金等，还是要通过专业鉴别。 李 鹏

时尚秀台 三款适合职场精英的腕表

成为职场精英，意味着你的社交活动开始变得频繁起来，商务谈判、酒会、与各种客户会面。成为精英后，不一定代表你买的表一定是最贵的，但一定要注重的是手表的内涵。

← 美度表布鲁纳系列腕表

布鲁纳新款腕表的设计忠实地还原了克莱斯勒大厦摩登而优雅、大气而细腻的独特建筑风格，更在细节上精雕细琢，将灵动的艺术潮流与永恒的时间哲学完美结合，映射出美度表的核心精神灵感与永恒。

详细参数：

机芯：ETA 2836-2天文台认证自动机械机芯，超过38小时动力储存。

表壳：316L不锈钢经PVD玫瑰金处理，表壳直径40毫米，蓝宝石镜面，螺旋式表冠及后盖。

表带：棕色小牛皮真皮表带轧鳄鱼花纹配以PVD玫瑰金折叠表扣。

表盘：星期和日期盘位于3点位置。

指针：钻石切割抛光。

汉米尔顿 Khaki Navy Pionner 腕表 →

这款腕表搭载瑞士制6498手上链机芯，饰有标志性的装饰及独特的品牌里程碑周年雕刻。特别设计的不锈钢托架可令腕表瞬间变身，成为时钟，同时亦可选择配衬皮革表带。

详细参数：

机芯：6498手上链机芯 **表壳：**不锈钢 **表壳直径：**46.5mm

动力储备：50小时 **防水：**100米

← IWC万国表大型飞行员腕表

1940年问世的大型飞行员腕表和1948年制作的马克十一腕表堪称腕表界的传奇，对经典飞行员腕表的新设计有着重大影响。2012年，沙夫豪森IWC万国表推出这两款设计的全新表款——新款大型飞行员腕表和马克十七飞行员腕表，在70多年后续写辉煌的制表篇章。

详细参数：

机芯：型号51111 / 动力储备168小时 / 上链自动

材质：精钢表壳，黑色表盘，黑色鳄鱼皮表带，精钢折叠式表扣

表镜：双面防反光凸状蓝宝石玻璃表镜

防水：深度6巴 **直径：**48毫米 **厚度：**16毫米