



森马服饰演绎 New Couple 天生一对

本报讯(记者 安群英)国内知名时尚服饰品牌森马延续大众时尚的全新理念,日前再度携手2012年品牌代言人——亚洲超人气偶像李敏镐,在郑州献上首度完整公映的森马最新 Fashion Video “时之恋,无时不爱”,并发布了其最新“New Couple”概念服装,用浪漫时尚的方式为郑州的消费者带来一场时尚盛宴。

森马服饰在郑州共有37家店铺,其中5家大型旗舰店。位于德化街步行街上的旗舰店面积达到2800平方米,店内一直秉承着时尚、简约的设计风格,给消费者带来轻松、愉快的购物体验。

由亚洲超人气偶像李敏镐代言的时装发布活动,点燃了郑州消费者的热情,让森马服饰与郑州消费者进行了一场面对面的近距离接触,其时尚活力的风格很受消费者的喜爱。

商都消费 时尚生活

电话 67655118 18638929288 E-mail: 1047992683@qq.com

9

消费茶座

奢侈品打假愈演愈烈 2012谁动了谁的奶酪

今年,奢侈品打假似乎愈演愈烈,无论是对销售假货的实体店,还是对电子商务网站大牌都进行了坚决的维权打假活动。近日,奢侈品巨头法国路易·威登马利蒂公司(以下简称LV)在南京、合肥两地将30多家个体户告上法庭,每家均索赔50万元,总金额约2000万元。登喜路、卡地亚等品牌今年也都曾向南京法院提起维权诉讼。

很显然,品牌的知名度越高,就越容易被仿冒,在世界上任何一个市场都不可避免。著名的红鞋鞋品牌 Christian Louboutin 去年就进行过多次维权行动。Gucci 在意大利及法国地区的维权行动这几年也没有停止过。但仅仅用这种治标不治本的方式,收效究竟有多大? LV 这几年并没有停止过打假脚步,售假现象还不是照样存在吗?

一方的能力是有限的,在打假的道路上,品牌、商家、消费者和国家有关部门只有联合起来,才能形成更大的合力一致对“假”。对品牌来讲,不妨在重点开拓的区域加强宣传力度,普及消费者对它们的认知度。另外,加强提升产品的防伪力度,比如像 Fendi 那样,在所有包裹的内衬上增加一道用一种特殊激光印刷的防伪编码,或者像 Bally 那样在每个包裹中放一块皮牌,每块皮牌上的原始编码都没有一定的位数,顾客可以在 Bally 的官网上查看编码,辨别真伪。

对于商家来讲,在为业主提供必要的销售场所和其他相关服务的同时,还要真正承担起自己的监管职责,对业主的销售行为进行有效监督。而不能睁一只眼闭一只眼,落得个像南京时尚菜地那样的尴尬下场。

消费者要做的,一方面是擦亮自己的眼睛,避免上当受骗。另一方面要建立正确的消费观念,不要为了所谓的面子,在没有消费能力的情况下“故意”买假。

而对于国家有关部门来说,应该积极地保护品牌的知识产权,尤其是原创独特的时尚设计的知识产权。早在2010年,美国参议员查尔斯舒默就提出了创新设计保护和盗版预防法案,来保护本国设计师的利益。相关部门不妨效仿一下,创建一套符合自己国情的知识产权保护法,让各国品牌能在一个健康有序的市场公平的进行竞争。

如果这几方的力气都能使在一块儿,相信假货就很难立足了。

艳霞

消费提醒

纪念品销售猫腻多 虚假宣传、不具收藏价值

近年来,民间收藏热急剧升温,市场上的相关广告也铺天盖地而来,如各种纪念币、连号人民币纪念版等频频出现在各种媒体上,引起广大收藏爱好者和消费者的极大关注。但是,由于纪念品市场经销商良莠不齐,虚假宣传、纪念品不具有收藏价值等侵害消费者权益案件时有发生。

据了解,经销商通过电视、电话、报纸或网上拨打免费订购热线进行纪念品销售存在以下问题:

销售对象多为老年人:在推销商品前,这些经销商或个人一般都会事前给老年人打电话,先对老年人嘘寒问暖一番,然后表示,所售纪念品如何如何具有升值潜力和收藏价值,如购买可给予很多的“优惠”。这些所谓的纪念品价格少则千元,多则几千元以上;广告宣传铺天盖地:为了推销这些纪念品,经销商都会投入一定的资金进行广告宣传。从销售手段看,多数采取口头承诺方式诱骗消费者。如承诺只要消费者购买一定金额的纪念品后,公司会再以1~2倍的价格统一回收,承诺有限发行或绝版发行等。

为避免消费者在购买纪念品时合法权益受到侵害,专家提醒消费者注意以下几点:

咨询商家相关信息。消费者在通过电视、电话、报纸或网上购买纪念品之前,首先应拨打该经销商的订购客服热线,向清该商品的厂名、厂址、付款方式、售后服务电话及信誉状况等相关信息,并进行核实。

了解商品相关知识。在购买纪念品前一定要仔细查询和了解产品的性能、质量、市场价格及相关产品的基本知识,做到理性购买。

理性对待广告宣传。对一些虚假、天花乱坠的广告宣传,消费者应保持清醒的头脑。购买时,一是要注意核实经销商提供的相关证书,纪念品发行主体的合法性,产品的真实质地和含量。二是保存好宣传资料、电话记录、聊天记录、网站购买记录、物流配送的单据。

购物索要发票证书。消费者在购买纪念品时,最好到正规商家或实体店购买并要求商家提供正规发票及相关产品证书,以便事后维权提供证据。对于拒绝开具有效凭证或提供的票据不符合相关规定的纪念品,要提高警惕。以免上当受骗或商品出现质量问题后难以维权。

马可

调整结构 彰显特色 专家支招百货业突破瓶颈

本报记者 武竣

千店一面现象严重

华联商厦、百盛广场、大商新玛特郑州总店……消费者普遍反映,在郑州各大商圈中,逛过一家百货商场就没兴趣逛第二家了,品牌重复率高,尤其表现在化妆品、鞋、服饰类。

经营商品雷同,千店一面,“同质化”现象较为严重,这是如今百货业最明显的问题,“这反映了市场需求的多样性与百货业定位的趋同性矛盾。”河南省商业经济学会常务副会长、秘书长宋向清称。在这种经营模式背景下,即便营业面积、门店数量再增加,效应的增长不免有些乏力。

除了商品的品牌结构、品类组

合,百货业的营销手段也都基本雷同,往往倾向于满赠、满减等直接促销活动,在提升聚客能力的主题文化营销方面较为缺乏,这源于百货业忽视对商品的研发、时尚采购买手的引进与培养,以及对消费者日益丰富的个性化需求的满足。

当然,这与百货业盈利模式也密切相关。目前百货业大多采用对外联营,自营的很少,而在联营中,百货商场普遍采用“扣点”盈利模式,于是品牌供应商会尽可能多的选择商场,一方面提高曝光率,另一方面扩大自身知名度和市场份额,同时,为了追逐人气和好口碑,百货商场也会过分依赖这些

品牌供应商。

不过宋向清认为,除非企业自身实力足够,兼备专业经营团队,同时拓展电子商务等新型营销模式,否则依目前情况,百货业完全自求生存难度极大,联营仍将长期存在。

此外,刚刚过去的“双十一”网购热潮令人震惊,支付宝总销售额191亿元收官,同比增260%。随着网络消费潜力的释放,电子商务对百货业的冲击将更加强烈;而城市综合体在郑州的发展已成趋势,多业态组合的 shopping mall 正转移更多消费者的注意力,在即将落成的锦艺城商业中心,首次入郑王府井百货也是作为购物中心的主力店呈现。

结构调整亟须进行

在全国省会城市中,郑州商业发展较好,地理位置优越,交通便利,周边地市分布紧密,经济圈辐射区达到近3700万人口,而且越来越多的地产大佬在郑州跑马圈地。这对于郑州的百货业无疑也是机遇。

张慧玉认为,百货业转型较难,结构调整亟须进行,以错位经营来摒弃“同质化”,像在上海徐家汇商圈中,商家众多却不杂乱,定位各有侧重,东方商厦经营不少高档国际品牌,定位成熟顾客;太平洋百货主要针对年轻消费群体;第六百货则针对年龄较大尚为传统的消费人群。于是形成差异化,进而产生良性竞争关系。

而百货业在郑州仍具有很大的消费潜力和市场,那么特色经营也显得尤为重要,特色即优势,作为线下实体店,也是对抗电子商务的法宝。在张慧玉的介绍中,记者了解到,目前丹尼斯百货人民路店已凸显自身特色,其顶级品牌的引进使高端品质逐渐加强,而郑州百货大楼则与长春欧亚合并,主营大众化商品,也不失为一种特色。

然而,特色经营除了找准定位,还要在服务上下功夫,增加消费附加值,才能提高顾客满意度,这一点主要体现在细微之处,要渗透于百货商场每一次营销活动中,周到的服务相对其他业态,还会使百货业更加人性化。

面对城市综合体的冲击,百货业也需要丰富业态,增加餐饮、休闲、娱乐等功效,完善综合配套设施,加大服务性消费项目,使消费者的购物过程更加愉快,同时也开拓了更多盈利点。

专家认为,线上网店和线下实体店的相互融合将是商业未来发展的趋势,那么百货业进军电子商务也是多元化发展的一个方向,目前王府井百货集团、大商集团等均已开通网上商场。对于百货业涉足电子商务,宋向清建议,百货业要注意构筑分销商价值链问题,同时必须要加大电子信息化建设的投入,在进货、销售、库存、结算、程序环节、制度设计、客户服务等方面提供全方位的信息管理平台,给予现货百货商业以充分的技术支持。



制图 柴莹莹



天天尚 栏目记者 武竣

呵护奢华 钻石腕表保养秘籍

不管是你接受男友送的礼物,还是攒钱数日才完成的生活心愿,戴上一款钻石腕表,体验的不仅仅是奢华,各种“浓情蜜意”潜藏其中,时间越久,它似乎已沾上你独特的体香,那么和你在一起的日子,如何呵护你的钻石腕表,十分重要。



→HUBLOT 宇舶表 Big Bang 系列,玫瑰金白色满钻晶莹剔透,类似这样的腕表要注意避免接触油脂,尤其在冬日。



←Cartier RONDE LOUIS CARTIER 腕表大型款,如此昂贵清洗则不可怠慢,再加上钻石腕表的镶嵌空隙最易留下污垢和灰尘,所以选择专业机构清洗才能保证手表安全。



→Louis Vuitton 标志性的 tambour 系列腕表,即便是国际知名品牌的钻石腕表,在出厂前均经过严格测试,但参加剧烈运动时还是取下为妙。

在经历了9月12日发布至今近3个月的苦苦等待之后,国内的广大“果粉”们终于得到了一个令人振奋的消息,据知情人士透露,行货版iPhone 5手机或将于12月5日也就是下周三正式与广大“果粉”见面,同时,作为苹果的“老亲家”,联通版的iPhone 5合约机也有望同时开售。

更轻更薄的机身、更大更清晰的屏幕、更强悍的性能、包括4G网络在内的更广泛的网络支持……全新设计的iPhone 5手机所带来的精彩体验,即将盛大起航。

行货 iPhone 5 或下周亮相

郑州地区有望同步开售

三年合作 成就精彩

说联通与苹果是“老亲家”,是因为自2009年10月起,双方就开始就iPhone手机在中国大陆的销售、服务等工作展开了广泛合作,至今已三年有余。

三年多以来,双方的精诚合作给人们留下了深刻印象,更是为无数的联通iPhone用户带去了许多实实在在的惊喜与实惠,联通版iPhone 3G、联通版iPhone 3GS、联通版iPhone 4、联通版iPhone 4S……每部手机的发售,都会在国内引发一系列持续性的购买热潮,“买苹果,去联通”早已成为无数“果粉”的共识。

“我是从iPhone 3GS开始接触苹果的,也是从那时候开始办理的联通合约机。”市民小刘告诉记者:“今年年初合约到期后,我又办理了iPhone 4S的合约机,省事、省心、省钱,联通版的iPhone用起来,真的很不错。等这次联通版iPhone 5上市了,我一定要第一时间去联通营业厅给人办一部。”

精品网络 全面升级

联通版的iPhone手机之所以深受广大市民的欢迎,一方面得益于其真正为用户考虑而设计的手机套餐以及合约计划,另一方面,则缘于其所使用的目前国内最快的精品3G网络。此次,随着iPhone 5上市脚步的日益临近,联通的这两大优势也越发被广大市民所熟知。

“按照前几代iPhone手机上市时的惯例,此次iPhone 5的合约政策应该也不会有太大改变。”中国联通的相关人士透露:“很可能将继续延续iPhone 4S的合约政策,即两年386套餐或三年286套餐可享受0元购机,当然,也不排除会进一步加大优惠力度的可能性。”

合约政策是否改变尚无定论,但联通3G网络的升级却是早已实现。记者了解到,自今年7月起,中国联通对3G网络实施了HSPA+提速升级,为3G用户提供下行速率最高达21.6Mbps/秒的高速上网服务,同时,在77个城市向3G用户默认开通HSPA+网络,而iPhone 5正是支持HSPA+网络的手机终端之一,这就意味着,联通版的iPhone 5,将可以轻松地享受到21.6Mbps/秒的极速网络,这一速度较其他3G网络快了足足7倍以上。

配套服务 准备就绪

无论是传言中的12月5日,还是再晚些时日,联通版iPhone 5的上市已是板上钉钉,而为了让广大“果粉”能够在上市的第一时间享受到最新、最精彩的联通iPhone服务,中国联通也是早早做好了准备。

记者从郑州联通获悉,9月份iPhone 5手机发布后不久,中国联通就率先在国内推出了iPhone 5专用SIM卡——Nano-sim卡的更换服务,用户只需携原SIM卡及有效身份证件,即可在联通营业厅免费更换;同时,针对即将上市的联通版iPhone 5,联通还为之推出了全新的“185”专属号段,大量全新的靓号和特殊号码可供用户自由选择。

另外,记者还了解到,郑州联通3G俱乐部的工作人员也早已完成了针对iPhone 5的培训、学习工作,随着iPhone 5的上市,他们也将第一时间为用户提供最专业、最贴心的3G应用服务。

本报记者 韩洋