

行业资讯

Tommy Hilfiger 秋冬路演走进万象城

本报讯(记者 武媛)近日, Tommy Hilfiger 2014 秋冬美国探险家路演再度启程, 走进郑州万象城举办为期3天的路演活动。

活动现场, Tommy Hilfiger 通过互动触摸屏进行品牌导览和新品预览, 让消费者轻松掌握 Tommy Hilfiger 2014 秋冬新品时尚搭配。同时还有“智慧”互动游戏, 让消费者更进一步了解熟悉 Tommy Hilfiger 经典美式学院风潮。

据介绍, Tommy Hilfiger 集团是全球享有盛名的服装集团之一, 旗下拥有高端时尚生活品牌 Tommy Hilfiger 与 HILFIGER DENIM。集团专注于设计与经营高品质的男装、女装、童装及牛仔系列服装。同时, 集团也通过授权, 经营如运动服饰、鞋类、专业运动服饰、贴身衣物以及旅行箱包等产品。

万达广场 百店同庆活动举行



本报讯 10月31日~11月2日, 为期三天的“万达广场百店同庆”活动举行, 全国100家万达广场共同参与, 此次大型营销活动, 共吸引大约6000万人次的客流量, 创造了50亿元的营业额。

活动期间, 二七万达推出的超级礼遇、抽奖、满额赠好礼、10元拍卖等各种促销活动, 吸引了大量消费者前来抢购, 现场另有国际超模、摇滚乐队、cosplay秀前来助阵表演, 现场人气火爆。

据介绍, 万达广场“百城时代”既是一个梦想的达成, 同样也是另一个梦想的启航。这个梦想是商业上的抱负, 也将帮助更多的人去追逐梦想。对梦想追逐, 万达的脚步不会停歇。(唐海洋文/图)

泉一开启净水新时代

本报讯 水是生命之源、生产之要、生态之基。在近日举办的2014中国(郑州)国际水技术暨环保产业展览会上, 郑州泉一水处理设备有限公司带来的饮用水净化、空气净化设备受到与会人员的称赞。

中国人口众多, 资源相对不足, 要实现能源资源永续利用和经济社会可持续发展, 必须走节约能源的道路。此次环保展览会是国内外先进的节能环保技术和设备集中展示、环保产业产学研用等各类机构交流与合作的最佳平台。

郑州泉一水处理设备有限公司是一家专业从事饮水设备、水处理设备技术研究、开发和应用的新技术企业。精良的技术硬件, 严格的检测程序, 健全的管理体系, 完善的售后服务, 公司以科研为中心, 致力于把健康、现代的饮水理念推向大众并服务于大众, 让更多的人喝上干净、安全、健康的水。

(琳琳)

城市乐享

西舍茶艺馆: 静享都市慢生活

得半日之闲, 享茶兴雅趣。许多忙于奔波的人都十分渴望远离喧嚣, 享受一份古朴与宁静。谁说只有西湖才有这份情调? 在农业南路商鼎路附近就“隐藏”着一个特别的地方——西舍茶艺馆。

“我要把西舍打造成城市的‘清凉地’, 带着大家把生活慢下来。”西舍茶艺馆负责人王冰说。郑州不缺

茶馆, 唯独缺少一个真正只为喝茶的去处。为了推广茶文化, 引导健康高雅的品茶风尚, 王冰也做了很多努力。“西舍开设茶艺师培训, 同时根据人群不同的喜好, 提供普洱、绿茶、黑茶等六大茶类, 培养不同消费群体, 养成新的都市茶人。”王冰告诉记者, 西舍与云南一家茶厂长期合作, 在茶收获的季节, 通常会带领会员赴云南

体验采茶的乐趣。而除了茶饮, 在西舍茶艺馆还可以品尝到像烙馍卷菜、槐花包子等十分接地气儿的私房菜。

在这样一个娴静雅致的茶馆, 一杯清茶在手, 茶香沁人心脾, 齿间流芳, 回味无穷, 仿佛可以忘却全世界。王冰说:“西舍就是郑州的‘清凉地’, 这将会是本地喝茶第一好去处, 这就是我的追求。” 武媛文/图



冬天到 冬装俏

本报记者 武媛

今日立冬, 按民俗习惯讲从今天开始正式进入冬季, 此后气温将逐渐下降, 除了这个明显的标识, 对于广大女性消费者来说, 这个节气还意味着“该买新衣服了”!

据悉, 我市各大商场女装冬季新品已全面铺货, 商家普遍表示, 11月是冬装自然销售期, 作为商场重点品类, 商家也将通过丰富多彩的营销活动助力销售, 冲刺旺季市场。

市场: 冬装新款全面铺货

上周末, 郑州市大部分商场均人头攒动, 客流剧增。特别在一些女装品牌店内, 导购员忙得热火朝天, 等待试衣的消费者排起了长龙。

“特意约了同学一起来买衣服, 看看新上的冬装怎么样。”在二七万达广场逛街的大学生小王告诉记者。

据了解, 不少女装品牌从10月中旬开始陆续上架冬季新品, 现已全面铺货, 部分专柜将经典新款摆放在最显眼的位置, 并将最后一批秋装作为内搭与冬装一起陈列。

“我们店内从十一开始推出冬装, 现在已经是第三波新款, 消费者购买热情很高, 有些新品已经卖断码了。”国贸360广场太平鸟女装店长徐春娣说。

大商新玛特金博大店二楼少淑楼层经理黄玲表示, 随着气温逐渐降低, 消费者有刚性需求, 冬装将迎来持续旺销的局面。

价格: 基本持平部分微涨

商家普遍表示, 整体来看今年女装冬季新品价格与去年基本持平, 少数品牌略有上涨, 涨幅在5%左右。

“有的消费者可能在某店试了一件羊毛大衣, 一看标价2000多元觉得难以接受。事实上, 大部分店的服装单价与去年一样, 只是部分品牌提档后对价格做了调

整。”黄玲说。

业内人士表示, 近几年服装行业不景气, 一些服装品牌的经销商选择退出, 由品牌直接经营。供应商退出后, 相当于缩短了供应链, 价格的“水分”也由此挤出。

“今年百货终端增长乏力, 女装品牌也受到很大影响。在销售呈现增速放缓的情况下, 如果一味提高客单价, 那么消费者采购量也会降低。”丹尼斯百货人民店女性商品楼层经理李培培说。

王府井百货郑州店少淑采购负责人耿黎认为, 当下女装新兴品牌在增加, 市场竞争越来越激烈, 同时还有电子商务的冲击等, 这些因素导致女装冬季新品涨不上价。

商家: 促销发力冲刺旺季

近年来, 消费者购物趋于理性, 同时, 消费观念和消费习惯也发生了很大变化。这也表明, 消费者走进专柜, 对一件做工精细、款式新颖、设计巧妙的冬装新款“一见钟情”的概率在降低, 能直接刺激消费的还是诱人的折扣力度。

商家深谙此道, 于是早就在营销活动上下足工夫。据悉, 11月8日, 大商新玛特金博大店女装满400元减50元, 或满800元减120元。王府井百货郑州店将在11月7日~9日三天推行全场满300元返300元或200元。

“实体店受电商冲击最严重的就是女装, 以前因‘抄号族’很是苦恼, 现在已经不怕这个问题了, 本周末我们主动把消费者往线上引导, 届时天狗网优惠活动更多, 真

正实现线上线下无缝对接。”黄玲说。

李培培告诉记者, 丹尼斯百货人民店店庆虽在下周五、周六, 但消费者现在就可参与满1200返1200的活动, 可以预交定金提前拿货。

在我市各大百货商场, 女装销售占比很高, 在冲刺年末消费旺季时期, 女装品类正发挥着举足轻重的作用。

消费者: 捕捉潮流追赶时尚

业内人士表示, 近两年服装业库存压力普遍较大, 消费者认知度和审美水平在提升, 很多品牌都在设计上改变策略, 增加了销售季较长的款式。

诚然, 很多女性消费者在购买冬装新品时, 款式成为是否购买的第一要素。那么, 今年新上的冬装新款有哪些流行元素?

“首先是廓形, 商场70%的品牌都有廓形大衣, 比较多见的是直筒和筒形, 连衣裙、半身裙以散裙为主。”黄玲说。

徐春娣介绍说, 潮流达人今年一定要入手太空棉质的服饰。

记者看到, 在商场选购冬装的消费者大都有自己的时尚主见, 并听取导购员的搭配建议, 但如果讲求款式需提前下手, 否则11月底, 冬装将进入打折季, 届时就找不到畅销款, 仅能图实惠了。

不过, 一些“抄号族”并不在乎购买时段, 商家提醒消费者, 部分品牌尚未正式公布网上旗舰店, 消费者网购实体店同款时, 要认准品质, 切勿因贪图便宜而买到假货。

藏宝阁 栏目记者 丁冬洁

最初的梦想



每个女孩子小时候都有一个公主梦, 然而, 随着年龄的增长, 现实一点点拉开了与梦想的距离。那些遥远的童话王国, 高贵的王子公主和浪漫的幸福爱情, 都在繁忙的工作中和琐碎的生活里消失殆尽。

正若当年也有这样的梦想。如今, 她抽屉里还锁着儿时最爱的那本故事书和戴着王冠、笑靥如花的公主照。她也希望有一天像公主一样幸福。单身生活时有不易, 但她并不想为了婚姻委屈求全。一面在平凡的琐碎生活中辛苦奔波, 一面坚持着内心深处的童话梦想。她说, 公主梦有时是一种力量, 在遇到那个他之前, 要尽力宠爱自己, 过得美丽鲜活。

一天她来商场购物, 在路过金美福专柜前她停下脚步。一款名叫“梦影仙踪”的黄金吊坠, 一下抓住了她的心。儿时关于童话爱情的秘密渴望一触即发, 好像那些水晶鞋、南瓜车、魔法棒又出现在眼前……她把这寓意幸福爱情的四叶草式吊坠戴在脖颈, 在镜子中, 仿佛看到了自己心中的公主, 高贵美丽。虽然岁月更替, 心中的美好永远不会遗失改变。

本期宝贝: 金美福梦影仙踪黄金吊坠

藏宝物语: 梦影仙踪黄金吊坠采用精湛的工艺技术, 精雕细琢, 展现产品流畅自然的曲线。抛光工艺, 夺目璀璨的金色光芒与喷砂工艺的朦胧唯美相映衬, 体现了女性的纯真与羞涩之美, 同时与镂空工艺结合, 以流畅的旋转曲线运用, 预示着人生的幸运、爱情的幸福美满。梦影仙踪仿佛阳光散发夺目的光彩, 为找梦想和自由的女性, 指引了通往仙境的方向, 让她们在梦境中展现自我, 在繁华的都市里, 寻找一片宁静的空间。