

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



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皇冠、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。



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。