

消费相对论

快时尚“玩”美妆 你会买账吗

现象:近日,美国快时尚零售商 Forever21 宣布将开设独立的美妆和生活方式门店 Riley Rose,专门销售彩妆、护肤、美妆工具等。除自有品牌外,店内还会销售一些当红美妆品牌的产品,包括 E.l.f. Beauty 和 NYX。无独有偶,Zara 的姐妹品牌 Bershka 也于日前宣布进军美妆领域,推出首个美妆系列 Beauty by Bershka。事实上,快时尚打美妆主意并不是新鲜事,此前 H&M、Topshop 等品牌都曾以不同形式涉足美妆领域,只不过依目前形势来看,快时尚品牌可能希望建立一个独立的美容概念,来实现品牌产品的多元化。

不难发现,近两年快时尚生意越来越不好做了,很多消费者在购买服装时不再只满足于款式新颖时尚,这是快时尚品牌纷纷涉足美妆领域的原因之一:利润率降低。相比服装行业的窘迫,美妆行业较为乐观的利润回报,引起快时尚大鳄的注意,借助自身渠道优势还可以节约成本,同时可拓展目标受众,让实体店成为一个真正一站式购物平台,何乐而不为呢?

快时尚风光的势头已去,目前整体增长疲软,将美妆领域视为扩大市场占有率的利器,看似合理的选择,实际上没有那么简单。美妆市场即将饱和,很多品牌早就站稳脚跟,并深得人心,快时尚如何为顾客提供一个选择平价美妆的理由?另外,单从平价美妆来说,市场上也已经有不少品牌取得不错成绩,大多采取自营店或进驻百货超市等渠道销售。还有一个不可忽视的问题是,美妆行业同质化也较为严重。

可以预见,快时尚想要做好美妆不仅艰难,而且需要承担很大风险和压力,俗话说术业有专攻,如今的消费者理性且成熟,对于用在脸上的产品还是相当谨慎的,很多消费者习惯使用固定的美妆品牌,面对快时尚出品的美妆,消费者可能会存在很大疑问:“衣服质量都做不到,美妆敢买吗?”这也是为什么快时尚做化妆品生意的消息一出,便被评论“不务正业”的理由了。出发点没错,但还望快时尚企业在品牌建设和产品质量上多下工夫,相对服务体验更加多元化,消费者更喜欢的还是一个好产品。

缔造创意美食 “网红”餐饮受追捧

本报记者 武姣

点一杯茶,要一碗面,来一份牛排……虽然店内座位拥挤或还需排队,但为了能尝到美味,顾客还是会执着等候。这就是目前我市购物中心常见的一个现象,这类餐饮小而美,并自带“网红”属性,甚至成为各大购物中心标配,深得消费者喜爱。由于其坪效高,聚集人气,商家也乐此不疲,还将不断调整引入更多此类“小店”,那么,购物中心内这些餐饮“小店”为何能成为“网红”?

餐饮小店变“网红”

自去年以来,“网红”一词逐渐渗透到人们日常生活中,“网红经济”也被商家炒得风生水起,这股风潮如今也刮向了购物中心餐饮业态。

“大卫城新开了一家妃妃皇后,蛋挞超酥,推荐给大家。”月初,美食达人瑶瑶在朋友圈发了这样一条状态,众多好友纷纷评论咨询。

如果赶上周末,很多人的微博、朋友圈都会被美食刷屏。“你们见过这样的炒凉粉和杏仁茶吗?新田360广场国贸店负一层,坐标给你们。”“藏在万象城九又四分之三站台里面的丸子吃起来不错。”……网络上这些美食配图看起来非常诱人,人们对这样的美食往往兴趣很大。

而在实体店,看到某餐饮店人气火爆,消费者便会好奇无比。在熙地港购物中心眷茶门前,时常排队长,实际上,不少消费者都是冲着名气来的。

购物中心这一类餐饮店铺,面积不大,菜品种类不多,但针对性强、出品快,多以甜点、饮品、小吃为主,干净整洁,翻台率高,重要的是好口感与新鲜感同在,以较快的速度“成名”,变为消费者口里的小“网红”。

老食新做受追捧

记者了解到,在我市各大购物中心,“网红”餐饮小店人效、坪效都非常高,有的品牌日营业额表现抢眼,每逢周末和节假日还会出现销售小高峰。

从客单价上来看,其消费价格并不低,比如一个冰淇淋可能需要三四十元,一碗热干面也得花掉三十多元,但多数消费者尚未因价格高止步。究其原因,多在于“网红”餐饮紧跟消费者心态、情感变化,仔细研究“网红”餐饮售卖的单品,大部分是常见的美食,却因融入更多元素而吸引人。

“这类餐饮非常吸引年轻人,他们的视野更广,接受度高,看到北上广流行的东西来到郑州很兴奋。”丹尼斯大卫城餐饮部总经理魏淑红说。

中国品牌研究院高级研究员朱丹蓬认为,现在新生代对于餐饮的认知不一样了,他们的思维模式是“感觉为主,品牌为辅,价格为补充”。

魏淑红持同样的观点,还表示“网红”餐饮进行了文化包装,看起来更时尚,重要的是一些传统餐饮老吃新做,贴上了潮流、匠心、轻奢等个性化标签,顺应了市场变化,抓住了消费心理。

开店迅速成趋势

在郑州,满记甜品、大食小做、弄份儿、彼得家牧场等品牌已是消费者熟悉的“网红”餐饮,并且布局各大购物中心。马上进入消费淡季,依照各家调整计划来看,郑州消费者还将认识更多的“网红”餐饮。

“下一步计划再开新店,依然锁定购物中心,因为购物中心自带客流,同时我们售卖的单品味道和环境都玩出了新花样,也吸引更多人气。”冰淇淋“网红”店天使之作负责人原麟告诉记者,“这是一个追求食材、情怀、颜值时代,“网红”餐饮有着不可阻挡的趋势。”

考虑到招商保密,不少购物中心不便透露具体品牌信息,毋庸置疑的是,不久之后,带着创新元素的新兴“网红”餐饮将继续在郑州蓬勃发展。

不过,鉴于更新快、周期短等特性,“网红”餐饮能火多久?消费者对其实诚度如何还有待观察。复旦大学管理学院市场营销学博士徐倩指出,大多数“网红美食”目前仅停留在品牌体验这一层面,即让人们感受到美味,但很难看出消费者会为了维护“网红美食”作出更多努力。

“新”网红不断涌出,旧“网红”会不会昙花一现?如果“网红”餐饮后续乏力,没有足够的隐形价值支撑和消费习惯支撑,很容易被遗忘,特别是年轻人的从众心理,所以经得起市场大浪淘沙的“网红”餐饮才是真的“红”。

金融·理财

行业资讯

兴业银行 积极履行社会责任获好评

本报讯(记者 张慧)日前,首届中国金融品牌高峰论坛在京举行,揭晓“2016中国卓越金融品牌榜”。其中,兴业银行获评“年度卓越社会责任金融品牌”,兴业银行董事长高建平获得“中国卓越金融品牌人物”大奖。

近年来,面对经济新常态,兴业银行应变而变,市场地位和品牌影响力稳步上升。截至2016年末,兴业银行总资产6.09万亿元,稳居全国股份制银行首位。该行将企业社会责任与可持续发展的理念融入银行经营管理实践中,创造性地提出“寓义于利”的社会责任履行方式,通过门类齐全、品种丰富的集团绿色金融产品服务体系,累计为“美丽中国”建设提供绿色融资超过1万亿元,支持的项目已可实现每年节约标准煤2647万吨,年减排CO₂7408万吨,年节水3.04亿吨。

兴业银行热心公益事业,积极回馈社会,已形成常态捐助和灾难援助并行,“捐资助学”“抗灾救灾”和“扶贫济困”三位一体的慈善机制,仅2016年对外捐赠支出就超过3000万元。同时,积极从产品扶贫、产业扶贫、渠道扶贫、教育扶贫等方面入手,加大贫困地区金融精准扶贫服务力度。截至2016年末,该行精准扶贫贷款余额合计31.27亿元,较年初增加16.42亿元。



儿童险投保莫盲目

根据年龄段投保

不少年轻父母都有为孩子购买保险的意识,但却不知从何下手。专家建议,家长应根据孩子年龄段,配置不同的保险产品。

无论大人还是孩子,保险都是越早买越划算,这样一方面可以尽早得到保障,另一方面保费也更加划算。具体到儿童保险,如果家长有足够强的保险意识,在孩子的新生儿期就可以为其选购保险。但据统计显示,我国新生儿期购买保险的孩子比例还较低,大部分家长会集中在孩子2~14岁期间选购。

有银行理财师告诉记者,2~6岁是孩子生病几率较高的时间段,可选购医疗险、重疾险、少儿重大疾病保险,毕竟这个年龄段的孩子抵抗力较低,而因支

气管炎、肺炎、发烧、肠胃炎等疾病住院也是时有发生的事情。此外,很多保险公司的重疾险产品里还专门推出了针对儿童白血病的产品,家长在投保时也可了解一下。

而6岁以后,孩子好奇心重,且自身不易分辨危险,容易发生意外伤害,应首先考虑意外险。保险选购的时间可参考这个来定,建议最晚不要超过14岁。

按照预算选产品

市场上儿童保险产品众多,家长容易挑花眼。一般来说,在为孩子选购保险产品时,儿童意外险、重疾险和住院医疗险应该是家长首要考虑的三个险种。而在购买儿童保险时,家长要量力而行。如果家庭保费预算充足,可以一

次性为孩子购买齐全以上保险产品;如果保费预算不太够,可以按照意外、重疾、住院医疗先后顺序进行选购。

据介绍,意外险较为便宜,多数家庭都可负担;针对重疾产品,对于预算不多的家庭,可以考虑保障20~30年的消费型重疾险,保障至孩子成人,届时再重新选择市面上已经更新换代的好产品;对于预算充足的,则可以购买终身重疾险,年龄小费率低是很大的优势。

有保险人士提醒,在购买儿童保险时,费用不宜太高。一般一个家庭的总体保费支出占家庭收入的15%~20%,而孩子的保费支出应为总保费的10%~20%。其次,缴费期不宜太长,因为少儿保险毕竟只是在孩子年龄较小的阶段给予保障,等孩子长大后再选择适合的保险,因此缴费期限越灵活越好。

保险课堂

栏目记者 苏立萌

儿童节前后,在享受节日欢乐之余,儿童保险也成为家长关注的热门话题。哪些险种适合孩子?孩子的第一份保险究竟该怎么买?面对家长的疑问,记者走访多家银行和保险公司,为家长出谋划策。

中原银行工人路支行 开展客户联谊活动

本报讯(记者 王震)5月27日,中原银行工人路支行开展了“粽”情端午客户联谊活动。

活动当天,工作人员开展积分商城抽奖活动,让客户参与抽奖,并深入介绍该行的积分转介活动、理财和小额存单等产品。同时,活动期间还向客户普及了识别假币技巧及防范电信诈骗的知识,获得了客户的一致认可。最后,客户与客户经理一起动手包粽子、聊家常,活动过程轻松融洽。

本次活动拉近了客户与中原银行的距离,又加深了客户对中原银行的了解,为以后的业务开展打下了良好的基础。

金融FAQ

栏目记者 苏立萌

问:黄金投资中有哪些控制风险的方法?

答:在投资黄金时,特别是在做境外投资时,都会设置止损和止盈点,可以通过软件手段将止损价位提前预埋,在系统里,一旦出现突发状况,系统会自动将风险交易平仓,投资者就可以规避掉很多意外风险,这属于技术性控制。此外,在入单时,尽量仓位不要过大,否则一旦遭遇趋势逆转,亏损就会加大。

问:震荡市股票配资者如何控制仓位?

答:大盘稳步上升时保持七成仓位,

待手中股票都获利时,增加仓位,可满仓持有。如果后买的股票被套,可抛出已获利的部分股票,腾出资金来补仓,摊低被套股票的成本。大盘处在箱体震荡中或调整初期,保持4~6成仓位,手中股票逢高及时减持,急跌时果断买进。在大盘阴跌处于低迷时,不要抱有侥幸心理,要落袋为安,等待时机。

问:基金何时赎回最合适?

答:基金赎回是申购的反过程,即卖出基金单位收回资金的行为。投资人可以通过直销和代销机构向基金公司发出

赎回指令,进行赎回,建议投资人在尽可能高点的时候赎回。赎回价格是赎回当日的基金净值,加计赎回费。投资人赎回基金时,无法在交易当天拿到款项,该款项一般在交易日的3~5天划出。

问:网贷产品保障方式有哪些?

答:不同平台的贷后保障措施不同,同一平台不同产品的贷后保障方式也可能不同。有的产品引入第三方担保,有的产品平台投了履约险,还有的产品贷后发生风险却并无特别的追偿举措,用户在投资之前要擦亮眼睛。



体彩郑州西区分中心 “198遇见558”体彩箱包带回家

端午节后,河南省体育彩票管理中心郑州西区分中心又迎来了一股兑奖热潮。随着体彩郑州西区分中心“198遇见558”竞彩促销活动即将结束,大部分购彩者为了积攒中奖票张数兑头奖也是煞费苦心,接二连三地将电话打到分中心询问礼品发放情况,唯恐不小心就错过这次的精美大礼。其中,在端午小长假后的第一个兑奖日,新密一彩民就幸运地包揽了活动涉及的所有种类的奖品,成为当日兑奖的焦点。

据悉,体彩郑州西区分中心“198遇见558”竞彩促销活动将于6月7日截止。活动期间,凡在同一网点购买竞彩玩法单固或两串一彩票,且单票投注金额不低于198元、中奖金额不低于558元的中奖彩票均可参与此次活动。活动结束后,同一彩民累计90张中奖彩票即可获得体彩精美挎包一个(共70个);累计120张中奖彩票即可获得18寸体彩定制旅行箱一个(共60个);累计150张中奖彩票即可获得20寸体彩定制旅行箱一个(共40个)。

需要提醒的是,该活动只限定单固和两串一的投注方式,不限定任何投注内容。不论是单票还是复式票均可参与,如今,活动礼品正在陆续送出,剩余礼品有限,尚未累计到目标票数的彩民不要气馁,赶紧满足条件来领取属于你的幸运礼品吧。 马龙