

羊绒衫



鄂尔多斯

鄂尔多斯拥有中国羊绒行业最大的企业内销网络,营销服务点覆盖国内县级以上的大中城市,集团在全国设有32个销售公司,19个业务代表处,31家物流中心和1500家经营网点,形成旗舰店、商场专区、加盟店、自营店有机配合的营销网络格局。优质的原料、精湛的生产工艺、精细的质量管理,造就了鄂尔多斯高贵、超凡的品质。

鹿王

鹿王羊绒有限公司建有羊绒行业国家级技术中心,是国家520户重点企业之一、中国AAA级形象企业。先后通过了ISO9001认证和ISO14004环保认证。1999年被授予中国“驰名商标”,2001年被评为全国“五一劳动奖状”获得单位等荣誉。产品以羊绒及羊绒深加工为主导产业,涉及针织、机织、服装三大类,60多个品种,1000多个款式。目前,鹿王80%以上的产品出口国外市场,在美国、欧盟、日本等主流市场上占有一份份额。



星皇

“星皇”牌羊绒精品,均采用国际上公认的“软黄金”——内蒙古优质的羊绒精制而成。几年来,“星皇”牌羊绒精品,以其考究的做工,齐全的花色品种、稳定的质量,实惠的价格,备受国内外客户的欢迎。产品远销日本、韩国、英国、德国、意大利、中国香港等十几个国家和地区。

品牌故事

钟表首饰

老凤祥

创立于1848年的老凤祥已走过150多个春秋,是海派首饰的始创者和传播者,中国首饰业的世纪品牌。



金伯利钻石

标志着永恒璀璨,一直以来备受世人的青睐和赏识,将经典与创新和谐的融合,配以精湛的手工艺,确保每件饰品都是完美杰作。



瑞士梅花表

瑞士梅花表于1919年由史洛普家族在瑞士名表的摇篮,博球尼省籍的格林镇成立,相传三代至今依然由史洛普家族所拥有及经营,是现今极少有的独立家族制制表企业,为瑞士制表工业做出了极大的贡献。



明牌首饰

明牌首饰荣获中国驰名商标,珠宝首饰业“中国名牌”等多项荣誉称号,有千足金、铂金、珠宝钻石、K金、工艺礼品五大系列,首家在同行中通过ISO9002国际质量体系认证。现在明牌首饰河南旗舰店在郑百已经开幕。



瑞士英纳格表,英纳格表起源于1854年一家古老的瑞士钟表手工制造作坊,其创办家瑞瑞士RACINE,一向是制造尊贵计时表的佼佼者。

瑞士天梭表

始创于1853年的天梭在品牌设计中自豪地引入了瑞士国旗的因素。天梭的T型标代表着传统—Traktion 科技 Technology 与潮流 Trend。



运动休闲

安踏

安踏有限公司创建于1991年,是国内最大的以营销为导向的综合性体育用品企业之一,集“中国驰名商标”,“中国名牌产品”、“中国免检产品”等荣誉于一身。

安踏首创体育用品销售的专卖体系;首先打破了国际品牌垄断国内顶级赛事的格局,是CBA、乒超联赛、排球联赛、CX极限精英赛等四大联赛的赞助商。

Keep Moving……永不止步!不仅是“安心创业,踏实做人,创百年品牌”理念的延续,更是安踏对未来、对中国体育的承诺。



波顿

波顿市场占有率最高,其系列产品羽绒服、休闲服、牛仔服、羊毛衫和T恤等早已深入人心。早在1990年,波顿就跟随香港贸易发展局打进了中国市场。根据中华全国商业信息中心对全国大型零售企业和消费品市场的年度检测报告统计,波顿连续6年荣登全国同类产品销售榜首,并获得国家多个部门,部分省市及许多大型商场颁发的100多个奖项和荣誉证书,其中包括“金桥奖”,“全国大商

哈驰

哈驰品牌以传统手工缝线工艺制造的休闲鞋系列产品著称,拥有牛仔、时尚、经典、商务、户外、健步等六大休闲系列,满足不同消费者的需求,是美国都市牛仔与中国文化的完美结合。哈驰品牌令现代都市人对自然休闲生活的向往,努力营造一个自由奔放的休闲风格。忙碌的生活节奏使人身身心疲惫,现代人在追求事业的同时,渴望坚守一份自然恬静的生活,而哈驰牛仔精神与休闲时尚的文化内涵,契合了现代都市人的需求。



皮鞋皮具

贝丝丽尔

贝丝丽尔的设计灵感源于时尚浪漫的法国风情,并融入高贵庄重、典雅的东方风格,产品设计经典,用料考究,做工精细,时尚华贵的风格给人们一种耳目一新的视觉享受。浪漫脱俗的产品款式更能充分体现朝气蓬勃的时代气息。

贝丝丽尔承诺,打造鞋类产品一流品牌,愿贝丝丽尔使您更加五彩缤纷。



米莲诺

当年创业时靠的是一个小小的制鞋作坊,如今壮大到一个拥有1200人的制造企业,有着自己的生产基地,设计中心、销售网络,成为中国最著名的休闲品牌之一,倡导舒适与健康的生活方式,还加入更多的潮流因素,成为新一代贵族的首选。

郑州百货大楼强势业种

专业卖场 引领消费潮流

羊毛衫作为保暖商品市场的一支主要力量,经过厂家、商家的多年培育,已经形成了较大的市场需求。郑百羊毛衫是在传统经营项目的基础上,经历了由小到大,由大到强的发展步骤。近年来,随着“主题服饰百货,大众时尚生活”这一经营定位的确立,郑百羊毛衫在着力打造专业卖场,引领羊毛制品消费潮流的过程中也得到了快速发展。

一、构建强势品牌资源有别于其他商场将羊毛衫化整为零、随服装品牌销售的经营方式,郑百

在二楼黄金位置辟出1200平方米的面积专门用于经营羊毛衫,从品牌结构调整升级入手,在羊绒衫、羊毛衫两大系列的商品中,汇聚了鄂尔多斯、鹿王、圣雪绒、帕罗、星皇、金利来、奥群、恒源祥、春竹等近百个市场知名品牌,以高度密集的品牌资源为消费者提供最多的便利和选择。同时,郑百羊毛衫卖场多采用工厂店的方式,从厂家直接到柜台的供货模式,既保证了产品的更新速度,使羊毛衫产品的市场潮流和发展方向第一时间在郑百得以体现,同时在商品质量、价

格、售后等方面为消费者提供了切实保障。二、保持强势经营模式凭借强劲的品牌资源,郑百在羊毛衫卖场推行了精细化经营模式。每年春秋两季,郑百都要联合所有经营厂家,共同推出羊毛衫购物节。此项活动中,厂商联手,共同让利于消费者,不仅为消费者提供质优价实的商品,还向消费者提供羊毛制品的穿着、洗涤、保养等最新知识,并推出形式多样的促销活动,把羊毛衫购物节打造成适合不同阶层消费的一次购物盛会。

在郑百,通过成熟品牌的引进,厂家从选择面料、款式版型等方面推出了更多产品,延长了羊毛衫的商品线,羊毛衫已不仅局限于冬季穿着,并从保暖的单一属性向时尚化、时装化、外穿化等方向延伸,丰富的商品延长了羊毛衫商品的经营时间,也在消费者心目中塑造了“买毛衫到郑百”的卖场形象。针对羊毛制品原料的特殊性,郑百在经营中推出了熨烫、整形、织补等一系列免费、便民措施,使消费者做到全程无忧。

郑百女装 大众时尚

近两年来,郑百女装围绕“大众时尚”的经营定位进行了脱胎换骨式的商品结构调整。时刻把握女装市场的演变方向,今天的郑百女装,无论从品牌档次、品牌风格、卖场形象及布局都融入了更多时尚元素,以中青年为主要消费对象,引进了以“纤”、“蒲”、“诺菲妮”、“歌妮思”等一大批成熟品牌,使女装这一商品门类成为郑百的又一拳头项目。

以“米兰登”等为代表的这批知名品牌,经过在郑百的多年经营,已经打造成为河南第一门店。而作为郑百女装传统优势的中老年服装,在结构调整中也得到进一步的

优化。随着人们生活水平的逐步提高,中老年服装也向着档次提升的方向发展,淘汰掉不符合定位的小品牌,保留和引进了特色各异的优势品牌,正装、休闲装、真丝服装、中式服装,为广大的中老年消费者营建出服装首选地。还记得10年前刚毕业时给妈妈买的那件套装,成熟中带有一分温柔的女性之美,成为了母亲一件最得意的时装。那件衣服,穿用至今,已经成为了我记忆中郑百印象的一部分。大众时尚,这种服务精神、成人之美的商业追求也许正是郑百人从不曾表达的一种爱。 周倩



蒲

蒲牌时装是针对中国消费者的体形、肤色、文化和时尚观念对棉麻丝等天然纤维面料进行时装化、时尚化的创意和设计。蒲在设计上巧妙汲取东西方文化的精髓,并运用自身对潮流文化的理解进行二次创作,使产品风格不仅能保留国际流行元素,而且款式和色彩搭配更符合东方人的审美观。



米兰登

米兰登从唯美神话传说中款款走来,一路上浸染着时尚的馨香。将都市女子柔情似水的美丽与自然写意的潇洒融为一体。

米兰登服饰从关爱消费者健康生活出发,自建品牌以来便做好推广“生态服饰”技术标准工作。