



# 情人节, 温馨礼物看这里



随着情人节的临近, 想要为另一半选购商品的人们可谓费尽心思、千挑万选: 既要甜蜜又不失新意, 既要浪漫又不乏实用。似乎只有玫瑰和巧克力的香浓情人节已经成为一种过去。

逐步走进中国的“2·14”情人节渐渐融入了中国的本土特色, 无论是节日本身的内涵, 还是人们选择过节的方式, 都发生了不少的变化。心仪的服饰、璀璨的珠宝、配对的情侣商品或是浪漫的烛光晚餐都成了情人节人们的新宠, 多元化的选择无疑是给了各个商家更多的商机, 他们当然也不负众望, 把一切能与浪漫、温馨联系上的商品都做了充足的准备和规整, 这次情人节销售不仅仅是在商品上标上“玫瑰”的标识, 而是从购物环境和商品组合上做了精心的策划, 让买者有“情”, 卖者有“意”。

晚报记者 谢宽 实习生 董聪



## 丹尼斯人民店

**推荐品牌:** Biotherm 碧欧泉

**推荐理由:** 没有哪种礼品比化妆品更加体贴暖心、细致入微了, 而碧欧泉让这种细腻的爱源于自然、发自内心的。

Bio, 意为皮肤的生命; therm, 是指矿物温泉; Biotherm 正是人类科技与大自然的美丽融合。作为欧洲三大护肤品牌之一的碧欧泉, 针对不同女性的不同肌肤类型, 护肤和生活习惯的不同以及不同的需要, 为不同肤质适用的产品设计了不同的色彩, 让每一位女性都得到纯净健康的保护。Biotherm Homme 碧欧泉男士全新中国形象, 一个简单而坚持的男人, 懂得关爱自己, 积极享受生活, 快乐而自信, 独特魅力无人可拒……碧欧泉让得到大自然拥抱的你变得更自如, BIOOTHERM 碧欧泉让你体味到现代最高尚的生活格调——回归清纯、回归自然。

## 丹尼斯花园店

**推荐品牌:** 科乐比打火机

**推荐理由:** 或许你很反对那个他把香烟放在指尖, 但是你拒绝了不了火机点燃时那清脆的撞击声。香烟让他更具男人味, 而质地精良的火机能让这种男人味进化到优雅层面。

1928年科乐比 COLIBRI 在伦敦成功地创造出世界上第一款自动打火机, 从这一刻起, 科乐比不断地推出世界上技术最先进的打火机。79年后的今天, 美国科乐比 COLIBRI 依然以先进的技术、时尚的款式、齐全的功能尊崇为行业的领导者。今天, 其最先进的昆腾量子点火系统以及传感技术全面应用于雪茄、烟斗、体育、休闲、探险等系列火机产品中, 配以原产英国的科乐比 COLIBRI 专用丁烷燃气, 使其打火机能够迅速地点火并充分地燃烧, 不仅节省40%的燃气, 其火焰无杂质、无味, 更是保证了雪茄及烟草之纯正的原味。

## 大商金博大店

**推荐品牌:** 倩碧

**推荐理由:** 美丽的前提与基础必须是健康和安, 对与敏感柔嫩的皮肤有肌肤之亲的化妆品要求很苛刻。最适合的才是最好的。

倩碧以其清新的形象和深厚的医学研究背景轻而易举地在众多化妆品品牌中脱颖而出。其基础护理产品, 即倩碧护肤三步骤成了全球女士们的宠儿。所有的倩碧产品不含任何可能导致敏感的香料, 顾客可通过倩碧皮肤分析器了解自己的皮肤类型和肌肤状况, 而美容顾问也可以通过这些分析向顾客推荐适合她的产品。

**推荐品牌:** 百丽

**推荐理由:** 优雅的鞋子会跳舞, 人们经常把各种感性的话题寓意于鞋子之中, 有如婚姻。正是内心深处的体贴与细腻, 让你精心地为她去准备一双合脚的鞋子, 一起舞动在缤纷的人生舞台上。

百丽(BeLLE)集团, 20世纪70年代创于香港, 90年代由香港著名鞋款设计师、资深实业家邓耀先生引入内地, 她不仅是一个鞋的品牌, 更是一种生活态度、一种生活主张、一种生活方式; 现代潮流的生活应该是多层次、全方位的, 人们追求不同的生活体验及生活经历, 只有不断掌握变化, 适应变化, 在变化中展现女性外在与内在的完美气质和姿彩, 才能在各个方面展示自己的魅力。

## 正道花园

**推荐品牌:** 爱慕内衣

**推荐理由:** 女性对于内衣的热衷绝不亚于外套。美国性感女星玛丽莲·梦露曾经说过: “内衣是我的第二层皮肤。”它是展现女性曲线美最直接的工具。较其他饰品, 内衣更能体现和代表女性的品位。

作为国内一线内衣品牌, 爱慕拥有着庞大的支持群体。在“梦幻系列”的发布会上, 融入了大量的想象元素, 奇幻的色彩与舞台造型, 使人犹如置身美梦之中。正如本次发布会的设计

初衷: 向人们传达一种对未来精致生活的期待! 款款“梦幻”之衣将更加开放、更加年轻、更加自然的时尚潮流解析入人们的生活之中, 将高品质的内衣与时尚完美融合。

**推荐品牌:** ESPRIT

**推荐理由:** 服装是人们精神状态的外在表现, 休闲动感的装扮可以一改往日的沉稳与压抑, 化紧张为轻松。“2·14”是爱情的节日, 也是春天与活力的节日, 为心爱的他/她挑选一件运动休闲服, 享受春天的气息和生命的活力。

ESPRIT 在20世纪80年代的青少年中十分流行。现在, 由于简洁高雅的设计, 品牌深受中等收入人群的喜爱。在“ESPRIT是顾客永远的朋友”这一经营理念下, ESPRIT被定义为是生活中的时尚, 她所代表的时尚并非高高在上的, 是可以被普通消费者轻松拥有的。

## 郑州百货大楼

**推荐品牌:** 老凤祥钻戒

**推荐理由:** 钻石是永恒的象征, 戒指是爱情的象征。拥有心爱之人赠与的钻戒是每个女孩子的爱情梦想。作为国内首饰界的风向标, 创业于1848年的老凤祥已走过了160个春秋, 做工的精良、选材的优质和款式多样受到了广大消费者的青睐。在情人节到来之际, 老凤祥特推出999元情侣钻戒, 一圆低价买钻戒的爱情梦想。

## 紫荆山百货大楼

**推荐品牌:** 周大生·电镀保加利亚真玫瑰

**推荐理由:** 玫瑰在情人节上的地位一直无可动摇, 但是玫瑰的容易凋零让很多人感伤。然而周大生推出的保加利亚玫瑰系列填补了这个遗憾。本品以整朵保加利亚特选的名贵玫瑰花为原料, 采用法国技术加工处理制作而成, 且以24K镀金, 色彩各异, 都是玫瑰的天然色彩。独特的现代生物科技, 糅合法国古典镶嵌艺术。稳居女性饰品“真玫瑰”新品类第一位。实现了玫瑰永不凋谢, 爱情持久保鲜。

## 情人节劲吹“甜蜜风”

# 新玛特金博大店活动缤纷

春节刚过完, 重要的节之一情人节又至。郑州的各家商场为了进一步拉动后春节市场的消费, 目光纷纷投向了情人节, 打算通过各种情人节促销来带动后春节时代的消费热潮。其中大商新玛特金博大店的情人节攻势已全面展开。走进商场, 满眼看到的都是浪漫温馨的场景布置, 玫瑰花、气球、可爱的小熊等传递出这个节日的“甜蜜”特征, 情人节的氛围营造得相当浓烈, 而关于情人节的商品促销与文化活动的更是新意迭出。

大商新玛特金博大店在今年情人节活动中启用了小熊花束作为大规模使用的赠品, 这种小熊花束的特色是新奇、可爱、温馨、档次较高。这在郑州商业领域尚属首次。为了突出这个节日的特征, 大商新玛特金博大店的中厅还设置了巧克力的形象柜, 商场内的各个专柜, 均用玫瑰、情侣饰品等进行了氛围布置, 很有浪漫的感觉但又不千篇一律。如今, 商场氛围的布置已经构成了软性营销的一部分, 随着消费者的消费理念的改变, 以及对各种节日的不同理解与热衷程度的变化, 商家会越来越地在细节上创新, 大商新玛特金博大店正在积极软性营销方面的尝试。

晚报记者 冯刘克 实习生 董聪/文 晚报记者 吴琳/图

### 瞄准时机 提早换季销售

春节刚过, 大商新玛特金博大店里80%的服装货品已经换成春装。而在往年, 春装的上柜档期一般都要在2月底、3月初。今年1月份就过春节了, 所以大商新玛特金博大店抓住机会, 把春装上市的时间提前了。

春装上市早, 对销售也有拉动作用。据介绍, 在大商新玛特金博大店的情人节活动中, “冬装出清, 春装上市”将领先登场, 利用消费者在情人节期间对服装消费的热情, 及早清空冬装库存, 为陆续到货的春装让开道路, 同时春装也借此进行销售“热身”, 为下一步的热销营造一个良好的开局。为了增加该活动对消费

者的吸引力, 大商新玛特金博大店推出了很大力度的针对性促销, 其中冬季出清四折起, 春季新品八点八折起, 持VIP再享九点五折的优惠价格。女鞋购物满99元返100元礼券, 男装冬款五至七折、春装买赠折扣。整个活动的力度构成了节后商场促销的一个亮点。在这些营销活动中, 优惠形式因品类不同各有区别, 并不是以前那种整齐划一的优惠。据了解, 这是大商新玛特金博大店今年精准营销思路的一种体现, 既让消费者购买到称心如意的商品, 又充分考虑各品类的特殊性来制定活动内容。

### 甜情蜜意 礼品备货充足

大商新玛特金博大店在情人节礼品备货方面花费了很大的心思, 在保证货源充足的同时还注重了款式的新颖。据介绍, 今年的情人节礼品十分丰富。从传统的玫瑰花、巧克力到生活的方方面面。首饰、化妆品、香水、手表、包、内衣、杯子、领带……应有尽有, 而且各品牌对情人节期间的赠品都表现出了格外的重视, 创

意独特的情人节专属赠品处处可见, 每款赠品都尽显文化内涵, 比如可爱的小熊花束和电影票。

情侣物品近年来很受欢迎, 大商新玛特金博大店也考虑到这种趋势, 特意为顾客准备了各种情侣商品, 尤其是情侣装, 涵盖了不同风格、不同主题的元素, 可以满足情侣们多样的需求。



### 亮点频出 营造浪漫氛围

在大商新玛特金博大店的此次情人节活动中, 设置了许多极富特色的环节和内容。包括珠宝、名表的独家买赠; 化妆品的独家买赠、特惠礼盒, 满900元还可以获赠小熊情侣花束; 二楼女装采用了超值折扣+买赠+特卖的促销形式, 少淑装购物满600元赠小熊花束一个, 重磅品牌额外赠送电影票1张, 内衣购物满600元赠电影票1张, 内衣进行特卖活动。另外, 情人节期间, 顾客购物满800元、2000元、5000元、8000元(特例商品满2400元、6000元、15000元、24000元)还可兑换相对应的礼品。

针对会员, 大商新玛特金博大店推出更大力度的促销内容。2月13日至15日, 会员顾客凭个人有效身份证件及本人会员卡消费积分5000分可兑换50元新玛特礼券一张; 2月14日, 会员顾客凭个人有效身份证件及本人会员卡消费积分5000分可兑换80元新玛特礼券一张。