

名表厂家忙助阵 活动亮点多多

郑州百货大楼“瞄准中原分分秒秒”

“这里的表款式真多。”8月18日下午，记者在郑州百货大楼一楼见到了为儿子购买手表的路先生，路先生的儿子今年考上了中国科学技术大学，临行前想给儿子送块表做纪念，他说：“在报纸上看到郑百正在联合国内外知名手表品牌举办第三届钟表文化节，通过比较发现在郑百购表享受的实惠多，本来想买一块的，现在临时决定一家三口各买一块。”

晚报记者 樊无敌 周倩/文 赵楠/图



钟表文化节做到“一招三赢”

“知道郑州百货大楼的钟表文化节效果好，但没想到能这么好。”深圳飞亚达河南区域业务经理李鹏高兴地告诉记者，“上周六我派了4个工作人员在柜台进行销售，但没想到商场开业才半个小时，工作人员就给我打电话请求支援。以前节假日的销售额比平时增加40%左右，而这次钟表节，飞亚达的销售额比平时增加了200%多。”

其实，不仅飞亚达，所有销售厂商都取得了良好业绩，来自瑞士格林表的销售代表说：“没想到我们这个刚刚进驻的品牌也能取得这么好的销售业绩。”

“钟表销售一直是我们的优势，我们就是‘瞄准中原的分分秒秒’，把钟表做成郑州，甚至中原销售最知名的商场。”郑州百货大楼董事长兼总经理朱赵霞信心十足地说。记者了解到，郑百从2005年开始大量引进珠宝名表等高档时尚商品，目前是河南省名表中高档品牌最为集中的一家。“没有预料到效果会这么好，高中低档商品的销量

都在动。无论是飞亚达等国产表，还是格林等瑞士表，销量比以前增长了几倍。”本次钟表文化节缘何能做到消费者、厂家和商家三者共赢呢？面对销售业绩，郑州百货大楼洗化珠宝商场经理张跃军说：“本次主题为‘表·真情’的第三届钟表文化节实惠多，品牌和款式全。”

实惠多，购表者热情有增无减

“为了维护自身的品牌形象，这些名表在销售过程中价格十分坚挺，即使打折，折扣也是微乎其微。此次为了配合我们的钟表文化节，飞亚达等许多品牌都拿出了平时难得一见的折扣政策。”张跃军表示，在这次钟表文化节中，我们针对消费者推出了很大的优惠幅度。20多个品牌组织了丰富的货源，推出了独家的折扣政策，并集中了众多的特价款型，消费者花50多元、80多元就能买到一块名牌手表。”

钟表文化节期间，飞亚达、格林、梅花等20多个品牌将全线参与。而且每晚8:00-10:30，所有

参与品牌均将推出极具价格竞争力的特价款，部分国产名表特价款将低至1~2折。飞亚达还推出了激光在表后盖铭刻8个字(不包括姓名和日期)做纪念的活动。李鹏介绍说：“平时仅刻字就得200元。”同时，飞亚达、天骏、依波三个品牌借助举办全国巡回展的机会，针对即将踏入大学校园的学子推出一系列特价款、拉杆箱、文具等助学礼品等；在购表的同时，凭大学录取通知书参加助学金抽奖活动，幸运者将有机会获取500元、800元、1000元不等的助学金。“七夕”情人节、教师节当天购表，加赠感恩礼品。

新款表特受欢迎

“手表在不仅仅是计时工具，更代表了品位、文化”，张跃军说，“整个钟表文化节，有近万只价格优惠的一线名表推出，但不少新款表更受欢迎。”

本次钟表上表现活跃的飞亚达航天表就是其中的一款。拥有“中国钟表之王”之称的飞亚达已连续13年荣列“全国市场同类产品销售第一”。2003年，在飞亚达人不甚知情的情况下，中国航天的相关部门直接在市场上买走包括飞亚达在内的多个国际、国内品牌手表进行检测。经过层层严密苛刻的测试，飞亚达表在众多腕表中脱颖而出。2003年10月，中国首艘载人飞船“神舟五号”发射成功，杨利伟成为中国进入太空的第一人，中国自此打破了世界上瑞士航空表的垄断局面。

“现在市场共生产699块的神七航天表已经销售一空，本次展出的神六航天表刚一上市就受到消费者的热捧。”李鹏介绍说，“本次同时推出的飞亚达情侣表也很受消费者欢迎。”

“现在无论新老品牌，新的款式表比较受青睐。”张跃军分析说，“随着人们生活水平的提高，以精工著称的手表除了具有看时间的功能之外，现在还更多地被赋予了装饰意义。一块合适的手表可以表达一个人对品位生活的追求，也可以增添一些生活中的便利和外形上的魅力。”



琴 戴尔蒙特系列601M

瑞士格林 钨钢系列227TTC



飞亚达 瑰丽系列L539WBW



飞亚达 印象城市。2008TBTD

明星前来助阵 消费者购衣忙

厂商联手 反季销售夏季“迎春”



明星助阵羽绒服反季销售

这些年，羽绒服反季销售已经成为郑百的亮点活动，每年为使活动搞得更加受到社会关注，郑百都会联合商家邀请明星前来助阵，赵薇等不少明星都曾先后来到郑百。

今年，为给羽绒服反季销售推波助澜，营造强大的声势，波司登携手陈志朋来到郑百助阵。波司登集团旗下的世界名牌“波司登”、中国驰名商标“雪中飞”、中国驰名商标“康博”都是家喻户晓的大品牌。波司登连续13年代表中国防寒服向世界发布流行趋势，波司登羽绒服连续14年全国市场销量遥遥领先，创造了一天销售超亿元。此次波司登邀请陈志朋助阵羽绒服反季销售，正是承担起了自己的社会责任，为行业的发展和市场的拓展做出自己应有的贡献。

陈志朋是上世纪90年代前后风靡一时的小虎队成员之一，是国内拥有众多粉丝的偶像人物。陈志朋曾演出的音乐剧《张国荣零距离接触》震撼了所有的观众，主演过热门电视剧《还珠格格》，至今热映经久不衰。他个人的音乐作品《舍不得》《记住你的香》等一直被人们传唱。



上周六一大早，郑州百货大楼(以下称郑百)门前就已人山人海，原来这一天著名影星陈志朋将受波司登集团邀请亮相郑百，以明星效应助阵郑百8月22日至31日的羽绒服反季大清仓、反季倒计时活动。

晚报记者 樊无敌 周倩 文/图



反季产品照样领导潮流

近年来，在不少地方人们对羽绒服反季销售的关注度有所下降，但郑州百货大楼的反季节销售却是一枝独秀，这是为什么呢？“今年，郑百的羽绒服反季节销售活动一如既往地受到社会各界的关注，到现在为止，本次羽绒服反季节销售活动非常成功。”郑百羽绒商场经理金志华对记者说，“因为郑百的羽绒服卖场装修是国内最好，曾有厂家反馈郑百羽绒做出了档次、做出了时尚。卖场装修显示出了不同风格、不同特点。同时，在品牌引进注重品牌风格，展示了形象、凸显品牌风格，提升了品牌的档次。如时尚、典雅、运动、简洁大方等。时尚品牌：艾莱依、米兰朵、亨利来、法迪、米兰空气、猫人、雪中飞运动休闲等。改变了羽绒服臃肿的感觉，采用了防跑

绒、轻柔面料，含绒量高，使羽绒服更加保暖、轻薄、时尚，是冬季保暖服装的首选。”

“郑百在夏季的羽绒服反季促销活动已有14年的历史。与往年羽绒服反季销售时多是卖库存积压货、很少拿新款‘开刀’不同，今年大多数厂家直接把2009年的最新款式拿出来特卖，吸引了各个年龄段的顾客。”金志华告诉记者，“今年通过努力，这些羽绒服的价格算是平进平出了，厂家甚至在赔本参与，我们的目的就是为老百姓和一些工薪阶层带来最实在的实惠。”

记者在郑百五、六层看到，今年的羽绒服反季节销售涉及的品牌多，花样也十分丰富。“过去一提反季销售就会想到是积压货的销售，但对于郑百来说，这已经成为历史。”现在

羽绒服反季销售已经不再是正季节销售的补充，而是成为正季节销售的延伸。郑百董事长兼总经理朱赵霞说：“从销量看，今年郑州百货大楼的羽绒服反季节销售基本和正季销售持平。与此同时，郑百也成了羽绒服在河南展的一个窗口，为了占据这一重要阵地，许多羽绒服品牌纷纷与郑百形成战略合作伙伴关系，将更多市场资源投入到郑百，这也使羽绒服经营成为郑百的一个响亮品牌。”

对此，某品牌羽绒服的厂家负责人刘某表示，羽绒服厂家长期过的是半年忙、半年闲的日子，反季节生产对厂家来说，延长了销售时间，相当于又开辟出“第二市场”、“第二旺季”。虽然反季销售是以低价为主，利润较低，但是对于一个企业来讲，能正常运转比“闲半年”强。

