

郑州内衣市场 几家欢喜几家愁

内衣市场一向“低调”行事。正值天气转冷,消费者目光投向服装流行趋势时,殊不知,内衣市场也正在酝酿一场变革。11月10日,当记者走访市场时,发现原先孤单的几个品牌的内衣如今细分为常规内衣、保暖内衣、家居服饰、文胸、束腰等几大类。众多的款式和品类,应了一句话:“只有想不到,没有找不到。”不过据记者了解到的情况,在这些品类中,并非都是一片繁荣景象,也是几家欢喜几家愁。

晚报记者 谢宽



文胸内衣市场 二线品牌成主流

尽管最近几年内业业的比较优势正在逐步下降,但内业业仍然是服装产业中最具活力、成长最快和最具发展前景的分支之一。尼特名内衣河南总代理总经理赵淑霞认为:“其利润空间相对其他分支而言要高,风险也相对较小。比如文胸,现在三线或者三线以下的一般每件也要5元左右,二线的每件20元至100元。而高档的产品除了面料以外,主要是品牌、做工、质量等附加值。从中可以看出,内衣行业的利润空间较大。”

有利润就会有竞争,不过,目前绝大多数一线品牌之间的恶性竞争还很少,更多的还是一种互动的协作,大家在竞争中引领内衣消费。“郑州市场很独特,不像北京、上海或深圳,在这里二线产品市场可以说是兵家必争之地。”尼特名内衣河南总代理总经理赵淑霞认为,“就内衣来讲,郑州文胸内衣市场一线、二线、三线划分明显,一线基本是在商场销售,二线则是在一些专卖店和世贸、银基这样的批发市场销售。其实郑州还像‘不富裕的农

村’,从网点布局和销售量上就能看出来,二线品牌占据市场绝大份额。”

当提到市场是否趋于饱和时,赵淑霞表示:“其实内衣市场并不是趋于饱和。现在不少一线和二线代表性的品牌还没有进来,可其他品牌进入市场有一定难度,因为先进入的品牌垄断了这个市场。但‘难’是相对的,一旦新品牌注入这个市场,就会有所发展,因为目前的市场还没有到‘倾尽全力去打拼’的境地。最多3年,就该‘刺刀见红’了,因为到了那时,市场会由目前这种叫做‘吃份额’的阶段进入到真正的‘领地战’,郑州内衣市场也将会出现大变局。”

家居服、睡衣市场

朝阳行业逐渐走向成熟

与其他内衣不同,家居服、睡衣虽然同属大内衣品类,但它却是伴随着人们生活水平的提高而衍生出的产物。在近几年的发展态势中,均保持每年30%的增长速度冲击其他内衣行业。

在记者走访中,世贸商城内也出现了不少

类似的家居服饰专卖店。“睡衣已经被广大消费者所认可,但对家居服却认识不足,其实睡衣是不能够穿到户外的,只是在睡觉时穿下,在家里走动需要穿家居服。”法国玉茄子(国际)实业有限公司总经理甘海建告诉记者,“在南方市场早几年已经开始流行家居服,而河南本土市场才刚刚起步。”

在他看来,河南家居服虽然得到市场的认可,但是还存在着消费观念上的转变。人们生活节奏加快,休闲的时间缩短,因此穿家居服的时间也要缩短。如此一来,人们对家居服的购买欲和消费理念还和沿海地区尚有一定的差距。

但就目前而言,本土的家居服市场还是朝阳行业,市场存在着巨大的潜力。“郑州市场做家居服、睡衣品牌达120家,与文胸内衣品牌数量不相上下,其中多拉美、芬腾、玉茄子等一线品牌占据着市场相当大的份额,而且不少业内的经销商开始把目光转向家居服市场,甚至包括像北极绒等过去做内衣的传统品牌。”甘海建坦言,“未来2至3年市场会逐渐地走向成熟,走文胸内衣市场的发展轨迹。”

保暖内衣市场

利润、销售下滑 保暖衣期待破局

商场如战场,不进则退,正当其他内衣红火时,保暖内衣市场却成了内衣市场中最大的“困难户”。11月11日,突袭而至的大雪催热了“寒冷经济”,更为商家提供了一次突袭式演练。当记者在世贸见到郑州东翔商贸有限公司董事长王宝英时,她正在与客户沟通。她告诉记者:“天气突然变冷,这几天忙得不可开交,分销商都打电话来要提货。”

但当记者问起保暖衣市场时,王宝英却频频摇头。她说:“虽然保暖衣从白领秘密武器逐渐过渡到平民时代,但是整体销售却是逐年下滑,别看这几天生意很红火,但是天一热却又是无人问津。其中的原因在于,保暖衣在郑州流行了10年,起初几年还是送礼的‘高档货’,但现在却是拿不出手;其次保暖衣季节性太强,如果天气不冷,也没有人去穿。因此,保暖衣近两年的销售重点开始转向农村地级市场。”同时,她表示,如果保暖衣市场不变革,最终会被“新生”取代。

翡翠——中国人永远的护身符



不求家财万贯,但求一生平安。从古至今,平安一直是人们常挂心头的大事,而翡翠则被视为护佑平安的灵物。历经数百年,寓意平安的翡翠早已成为中国人永远的护身符。

早已成为中国人理想的护身符。每一块莹泽温润的翡翠,都是大自然亿万年的杰作。天地赋予它灵性,尊贵与魅力;握在手心,藏于胸前,就能与人气息相通。它拥有自己的生命,尤其在与人结合后,它的品质会越来越润,会让人的身体变得更加健康,这就是人们常说的“人养玉,玉养人”。据《本草纲目》记载,翡翠具有润心肺、助声喉、养五脏、疏血脉、明耳目等功效。科学实验也表明,经常佩戴翡翠,可以起到补充人体欠缺、平衡生理机能的作用。

出门在外戴翡翠,在古代是一种传统,在现代则是一种风尚。源自香港的典藏级翡翠钻石精品品牌龙泽润宝,秉承“诚信经营、优质服务”的理念,将专业化运作导入传统翡翠珠宝业,致力于为爱玉人士提供品质卓越、价位合理的天然A货翡翠。独特的艺术设计与精妙的雕琢工艺完美融合,百年传承与时尚理念水乳交融,龙泽润宝赋予翡翠珠宝全新的内涵与生命力。近日,龙泽润宝09秋季翡翠新品优雅上市,全城持续热销中。在这个寒意渐浓的时节,为亲友或自己选择一款寓意平安的翡翠,送上一份真诚、温暖的祝福。

温馨提示:11月14日,龙泽润宝紫荆山旗舰店邀您参加“周末秋季新品赏销会”,地点位于紫荆山百货南100米路西。购翡翠、钻石满3000送500……本周六,龙泽润宝与您激情相约。

第18届真维斯杯设计大赛唱响时装周

11月7日下午,“第18届中国真维斯杯休闲服装设计大赛”总决赛在北京798中央大厅隆重举行。20份来自全国设计类院校的参赛作品成功入围总决赛。经过中国服装设计师协会副主席刘元风、香港服装设计师协会主席杨棋彬等专业人士的评定,来自北京服装学院的选手马麟以“NOW”一举夺得冠军。

“中国真维斯杯休闲服装设计大赛”由中国服装设计师协会、中国服装协会、真维斯国际(香港)有限公司联合主办,中国纺织教育学会、香港贸易发展局、香港时装设计师协会、广西卫视、中国纺织报等多家单位共同协办,经过18届的成长与发展,已在全国乃至国际业界树立了良好的口碑,赢得了美誉。“成长ing”作为今年“真维斯杯”的主题,创新地运用时代文化元素作为设计理念,以全新的设计思维诠释了祖国的繁荣与进步。

“真维斯杯”作为金秋时装周的重要赛事,除了邀请国内及香港著名设计师进行评审外,还特别请来了光线传媒当家花旦柳岩小姐及著名时尚男艺人郑元畅担纲主持和出任嘉宾。他们的精彩表现令整场赛事既专业权威而又激情四射,使选手们的魅力在舞台上得到了更好地展示。

“中国真维斯杯休闲服装设计大赛”作为国内休闲服装行业内历史悠久、主题鲜明的专业赛事,依托中国国际时装周的强大影响力和媒体宣传平台,得到了全国和海外各大大专院校、设计师的积极响应,在三个多月征稿时间内共收到作品5645件。

参赛选手紧紧抓住当前流行趋势进行创作,以祖国繁荣与进步的历史背景为主线,结合休闲装独有的材质与工艺,创作出不同风格、不同款式的休闲服装,作品具有鲜明的时尚感和时代气息,充分展现了当代休闲装百变、自由、前卫的特点。

通过大赛,一批极具才华与潜质的设计新锐走到了设计界的最前沿。此次入围决赛的作品,在设计概念、色彩搭配、材质混合等方面,均体现了当代大学生的时代特点,代表了中国服装设计院校的最高水准,得到了大赛组委会及评委的一致好评。

多年来,真维斯不仅通过大赛培养设计新锐力量,也为追求理想的年轻人提供了彰显个性与体现价值的华美舞台。真维斯国际(香港)有限公司董事长杨勋先生在接受采访中谈道:“‘中国真维斯杯休闲服装设计大赛’现在已经成为一个行业的活动,而非只是单纯的比赛。真维斯希望通过比赛这种方式促进年轻服装设计人才的发展。”

王美华



2008年的中国,吸引了全世界的关注。因为在这个值得纪念的年份,中国不仅举办了一届无与伦比的奥运盛会,更将“神州七号”载人航天飞船送上太空,中国航天员首次在太空留下了自己的足迹。据媒体披露,伴随“神舟七号”飞船遨游太空的,除了各种尖端的高科技仪器设备,还有三块温润华贵的翡翠。为什么特意选择翡翠作为飞船的搭载品,至今没有官方机构出面解释,坊间盛传此举沿袭了“戴玉保平安”的传统,表达了人们对飞船平安凯旋和对美好未来的祝愿。

“家有一玉,平安一生。”自古以来,中国民间就有翡翠能驱魔辟邪、护身挡灾,使佩戴者如意吉祥、平安富贵的说法。“儿行千里母担忧”、“十里长亭送夫”之类的离别故事,相信大家都听过不下百遍。人们在送别亲人时,为了传递思念之情及送上平安祝福,往往赠送一块寓意平安的翡翠。儿子离家出外闯荡时,母亲会亲手为他戴上一枚翡翠平安扣,叮嘱他按时平安回到自己身边;女儿即将嫁为人妇时,母亲会亲手为她戴上一对翡翠手镯,希望传递一份平安圆满的祝福。

含蓄神秘的翡翠,历经数百年的时代变迁,