

# 服装换季 市场淘金正当时

春节7天的黄金周已匆匆过去,但是服装市场丝毫没有平静的迹象。“冬装清货”、“买满300元减100元”、“买一送一”等促销活动随处可见。昨日,记者从绿城各大商场、专卖店了解到,随着春暖花开,秋冬换季,服装市场将迎来新一轮打折促销高潮。  
晚报记者 谢宽 陈君平

## 鄂尔多斯发起专卖店促销新高潮

昨日,记者从鄂尔多斯了解到,2010年2月26至28日,鄂尔多斯发起的第二届淘金节——中国版的“after Christmas sale”(圣诞购物节)将在国内几千家服装专卖店隆重登场,掀起中国服装行业低价时尚风。

“前所未有的低价,始终如金的品质,希望淘金节以此为主旨,通过‘优惠’与‘时尚精品’的结合,更好地回馈消费者。”鄂尔多斯相关负责人告诉记者:“打折促销,消费者感兴趣的不仅是低价,他们更希望得到的是以低价买到高档商品,是打折带来的前所未有的性价比。因此,鄂尔多斯软黄金级别

的商品配以前所未有的低价,给了淘金节最好的标志和开始。”

鄂尔多斯方面表示,“淘金节虽然是鄂尔多斯发起的,但鄂尔多斯并不希望将其限于鄂尔多斯一个品牌。面对服装行业日益混乱的打折,面对消费者对服装行业价格体系日益蔓延的信任危机,作为行业的领导者,鄂尔多斯认为自己有能力带领整个服装行业打出一片新天地。消费者期望打折,期望规范的打折,期望真正物超所值的打折,只有这样的打折才是服装行业对消费者真正的回馈,才可以成为消费者追捧的时尚。”

## 绿城商场“折”声一片

无独有偶,除了鄂尔多斯,郑州其他一些品牌正在陆续推出一些打折活动烘托人气,意在春装新品上市时抓住先机。与此同时,一些依附于商场的品牌折扣战已经暗潮涌动,在走访中,记者发现绿城各大商场,在推出春季新品的同时,“冬装清货”、“买满300元减100元”、“买一送一”等促销活动“折”声一片。

如果说春节是购买新衣,预示新年新气象的最佳平台,那么春节过后,则是服装换季的最佳时节。“百货服饰行业也是靠天吃饭的行业,春季即将来临,换季衣服正是销售的又一小高潮,商家谁也不会放过这一时刻迎来新年的开门红。”据一位商场业内人士介绍:“折扣、

满额送,应该还是传统的策略,从二月底之后到三月份,还有一个月的时间,商家会针对自己的销售定位,不断调整促销策略来继续启动市场。”

“其实春装早在春节前夕就已经上市,但是相对于春节经济,春装处在低调状态下。春节已过,商家自然把目光转向换季产品。”据商场业内人士介绍:“换个角度来讲,春节也是春装上市的试金石,对于整个春节服装市场的走向起到了辅助作用,因此商家也可趁此时机,根据春节期间呈现出的特点和自身的优势,制定一个切实可行的拉高消费的政策和措施,将会对整个后春节经济起到一个促进作用。”



## “量身定做”西服市场独树一帜

不过记者在走访中发现,以量身定做西服服饰的品牌,却不受市场导向的影响。据隆庆祥西服的负责人介绍:“在此换季的时节里,我们并没有推出太大的优惠活动,只是推出了一个修身款的板型和一款环保新面料。”

她告诉记者:“我们主要产品量身定做的西服和其他的成衣有着明显的区别,原因在于,对于我们来讲,消费者需要哪一种款

式风格产品时,我们然后量身定做的,而对于成衣来说,是等着消费者去选择购买的,所以对我们来说季节性销售差异并不明显。如果说最淡的时候应该是春节,因为需要制作西服的过程一般需要15至20个工作日的时间制成,因此在这期间,我们都是停止定做了。不过,一过完年,马上又恢复到正常的状态中。”

## 清明前夕话陵园 郑州公墓行业系列报道之一

# 公墓园陵化 祭祀文明化

陵园自荐拨打:67655031

清明,祭拜祖先,追忆先人。墓地此时是连接生者与逝者最亲近的地方。有人把墓地称为“人生后花园”,非常重视墓地的选择和要求,所以,受传统影响,中国人一向有“死后要入土为安”的习俗,有些地方甚至还在殡葬中进行大操大办。但随着社会文明的进步,殡葬及祭祀在文明时尚与传统习俗的文化碰撞中边走边行,倡导文明殡葬祭祀、构建和谐社会已成为行业的共识。而在市场不断发展与壮大中,郑州殡葬及陵园服务现状与社会需求又是怎样的呢? 晚报记者 谢宽 张艾霞



陵园有大小,但要诚信经营,不能采取欺骗方式诱导消费者,要实事求是宣传,让消费者自己选择。”河南福寿园实业有限公司副总经理任瑞芝认为:“经营者不要只把公墓作为一个产品销售来做,而是要将真诚的服务体现在整个经营过程中,使该理念尽快融入市场,让两个世界的人在我们这里都能得到满意服务。”

业内人士表示,殡葬改革标志着社会文明的进步,探索文明祭祀新方式,引导群众摒弃陈规陋习,政府、陵园等要齐心协力,如政府组织宣传绿色殡葬好处,陵园引导和提倡多样化殡葬方式等。

### 文明殡葬祭祀呼唤人文艺术特色

墓园是人类生命尽头的最终归属地,也是活着的人对于去世者寄托哀思、表达愿望、保护环境、教化风气的客观载体。特别是现代城市公墓,它与城市公园、街道、商店、广场一样,已经成为一座城市不可缺少的公共空间。但在绿城,很多业内人士叹息,殡葬行

业却极少有人将文化引入陵园,以致陵园除了单一的墓葬功能外,再没有其他功能。

实际上,陵墓作为一种文化,能从一个侧面反映人类文明的发展。上海的福寿园也是个很好的例子,该园集中了范长江、邓丽君等一大批名人墓,有二三百个形态各异的雕塑,形成了独特的人文景观,后来由文化名人余秋雨题名“人文纪念公园”,目前已对外开放。

“陵园的经营活动实际上是一种文化活动,经营者要用现代的文化理念和品牌战略来经营,使殡葬业的单一功能逐步向多功能多元化发展。”郑州云鹤生态艺术陵园总经理助理梁福玲认为,陵园的设计应当将送葬人的需要和感受作为第一目标,注重对人的关怀。在服务理念方面要进一步人性化、社会化、规范化,以此推动陵园经营向艺术化人文纪念公园的方向发展,这样陵园的发展之路才会越走越宽。

从下周起本报将陆续推荐一些环境优美、服务周到的陵园,陵园致电热线:67655031。

## 行业快递

### 百事可乐 正月十五“新年心愿”揭晓

百事可乐为迎新春在绿城郑州推出首个地标性创意——“百事迎春屋”,由40000个百事可乐易拉罐组成,高8米,宽17米,中间有一个巨型宫灯,寓意虎年“合家安康,百事吉祥”。

自2009年12月24日地标于大商金博大广场惊艳亮相至今,每天都有不少市民为自己和家人填写心愿卡,希望美梦得以实现。在采访中,郎女士告诉记者:“新年要有新气象,我想有个崭新的手机。”市民王先生也表达了自己的心愿:“我想有个笔记本电脑,这样可以方便我的工作,同时也祝愿我的家人永远幸福。”

至此正月十五之际,百事可乐将在本周末揭开市民“新年心愿”的面纱,幸运的消费者将实现新年伊始的梦想。活动期间,现场不仅送上正月十五猜灯谜活动,而且为市民设计了喜爱的互动活动,如新春灯谜竞猜,百事篮球机、娃娃机赢百事礼品等活动。

主办方介绍说:“希望通过新春地标的设立及新年心愿的征集活动带给绿城市民新春最美好的祝愿,同时也恭迎广大市民来此沾沾‘好彩头’福气,留下珍贵照片与亲人朋友一同分享。祝愿广大市民新春快乐,在2010年都能够继续保持一种‘百事可乐’的心态,在任何困难与挑战面前都可以以一种积极、乐观、进取的态度面对。” 晚报记者 谢宽

### 中国女裤行业第一个环保品牌莎尼尔正式入主郑州

2010年2月6日,莎尼尔服饰在银基商贸城正式开业,标志着“绿色、环保、健康”型时尚女裤正式入主“中国裤业之都”——郑州,开创中原裤业以“绿色、环保”为主题的时尚女裤先河。

莎尼尔服饰有限公司是张家港天泰纺织集团旗下的一家以经营女裤为主的品牌运营公司。

“莎尼尔”作为公司力推的自主品牌,不仅表现为时尚和个性,在环保和亲肤方面,莎尼尔更是依靠近20年的纺织经验,把女性的健康和舒适做到了最好。同时将自然元素与时尚潮流完美融合,并将都市中极致的女裤潮流与大自然的天韵完美结合,让热爱美丽的女人尽享完美、亲肤、别样的心动体验。 陈君平

### 传统与文明殡葬、祭祀的碰撞

一项数据显示,郑州火化率取得连年保持在88%以上的好成绩,2007年、2008年,新建村级公益性骨灰堂、公墓878个,县(市)殡仪馆全部建成使用。但受传统“入土为安”的习俗影响,以往公墓大多是依山就水,自然而建,许多公墓建设得阴森恐怖,凌乱不堪,而且死人与活人争土地的安葬方式仍存在。有关业内人士认为:在殡葬改革和倡导文明祭祀上仍需要政府的积极引导。

采访中,市民的一些不文明祭祀方式一直是陵园工作者头疼的事。烧香、烧纸、烧花圈和放炮等缅怀先人的方式,不但污染环境还时常有失火、烧伤等事件发生。“每年祭祀一过,望着被毁坏的植被我们都很痛惜。”郑州某陵园工作人员说:“其实市民完全可以以换种文明方式代替,如献花等。”

除此之外,“目前郑州殡葬行业在销售中的恶性竞争、服务不到位等问题依然存在。”