

10日晚7点多,丹尼斯百货人民店一楼,艺人何润东和张静初光彩照人地现身。在众多追星族的尖叫声中,国际顶级品牌 Gucci 在郑州的第一家店面宣布从试营业进入正式营业。

一个女包3万多,一双女鞋上万元,一个钱夹3000多元,一条皮带也要3000多元……在红木等名贵材质装饰的近300平方米的意大利品牌 Gucci(古琦)店里,每一款商品的价位都让我们这些工薪族想到两个字:奢侈。 晚报记者 程国平/文 马健/图

一个女包3万多元,一双女鞋上万元 “大牌”Gucci来了 据说试营业第一天就卖了100多万元 都是谁买的啊!?

引国际大牌入郑就像「谈恋爱」

“请这些国际一线品牌入郑的过程就像谈恋爱,而且没有四五年的时间这婚就结不成。”10日晚,在 Gucci 举办的豪华走秀现场,丹尼斯人民店店长张建设说。

5年前,他们就开始与 Gucci 品牌接触,Gucci 品牌总部负责人曾多次到郑州市场考察,直到2008年,Gucci才决定进驻郑州。

直到今年初,丹尼斯将一楼几乎一半临近人民路的位置调整出来后,Gucci才开始进场装修。

而于去年12月份入郑的国际一线品牌 ferragamo,丹尼斯将其引进郑州,同样用了三四年时间。

郑州商界一知情人士告诉记者,目前,因为郑州的商业环境还不比北京、上海这些一线城市,所以每一家大品牌的入驻,背后都会有一个曲折的引进故事。

据说LV首进中国时,大商集团大连总部“二把手”亲自到法国谈判,几经周折,最终促成LV进入中国市场。

张建设强调,任何一家大牌的进入,不是单凭一家商场的能力就能做到的,“只有郑州这个娘家人的实力到了,门当户对了,人家才能将俊俏姑娘嫁过来。”

在张建设看来,郑州这些年的经济增速、市民消费能力、消费品质的提升都是吸引大牌的重要因素。

皮带、钱夹等小物件最便宜也近两千元

Gucci 占据了丹尼斯人民店一楼最优的位置,此处原为国际顶级化妆品品牌雅诗兰黛、CPB(CledePeau Beaute 资生堂殿堂级奢侈化妆品)和娇兰3家所有,这让人不得不感叹大牌的派头。

大牌的装修也不同凡响,采用温暖名贵的红木等材质,外围高达10米的金色玻璃幕墙,打造出令人目眩神迷的视觉效果。地面铺设白色大理石内嵌黑色高级羊毛地毯,并以黑色大理石长条分隔,墙面由古铜色玻璃和古铜色镜面组成,温馨高贵。

在全球,Gucci以女装、女包著称,但开在郑州的这个首家店女装极少,主要有手袋及行李袋、精致小型皮革产品、男女鞋、皮带、领带、丝巾、太阳镜、首饰、手表以及礼品系列。最便宜的女包3000多元,最贵的则要3万多元,皮带、首饰、钱夹等小物件最便宜的也将近2000元,标准的奢侈品。

虽然没有价位极高的男女装系列产品,但2010年4月8日 Gucci 试营业第一天,却拥有100多万元的业绩。

Gucci 集团亚太区行政总裁邓婉颖说,第一天试营业,她全天待在店里观察郑州女士的爱好,“惊喜”地发现,郑州的女士们“很懂得自己喜爱什么,不但来买包,还同时买各类配饰等”。

邓婉颖说,她相信随着 Gucci 等精品的进驻,更多一线品牌会陆续进入郑州,形成一个高端消费的氛围后,奢侈品在郑州的发展空间会更大。

十年间,已有数十个国际知名名牌入郑

1999年,国际首个一线品牌登喜路入驻郑州中州皇冠假日酒店。

此后10年间,先后数十个服装、名表等领域的国际知名名牌进入郑州中州皇冠假日酒店、索菲特、裕达国贸、正弘、丹尼斯、花园商厦、大商等高档酒店和精品百货。

单是在化妆品领域,就有香奈儿、CD、雅诗兰黛、兰蔻、倩碧与国际顶级品牌 CPB(CledePeau Beaute 资生堂殿堂级奢侈化妆品)、SISLEY 等大牌。

目前,单是主打精品路线的丹尼斯人民店,一线品牌就已达21个。

张建设说,目前,该店一楼的化妆品正在调整,很快一线品牌将全部换新柜台,以新面貌示人。“今年还将有5个一线化妆品品牌入驻,包括安娜苏、致春秀等,其中最高端的一个是乔治阿玛尼的化妆品。”



顶级模特给人不一样的感受。

GUCCI

古琦

菲拉格慕

卡地亚

杰尼亚

巴宝莉

看看这些进驻郑州的国际顶级品牌

进入郑州的顶级品牌有哪些?

张建设认为目前只有五个,包括刚刚进驻郑州的 Gucci,此前进入的菲拉格慕、卡地亚、杰尼亚和巴宝莉,前三个均在丹尼斯人民店一楼,占据了人民店一楼临近人民路的全部位置,巴宝莉则在裕达国贸。

卡地亚,表中奢侈品,单价平均8万~10万。

杰尼亚西装精品,单件平均1万~3万。

菲拉格慕和 Gucci 平均单件商品七八千元,巴宝莉在6000元~1万。

LV何时入驻? 没有答案。

说说全球奢侈品牌都有哪些

据《福布斯》引用2009年4月29日发布的BrandZ全球百强品牌价值排行榜数据”显示,2009年全球最强奢侈品牌前10名排名中的前三是:LV、爱马仕、Gucci。

第4位是Chanel,第5位是劳力士,第六位轩尼诗,第7位卡地亚,香槟品牌 Moët&Chandon 排名第八,Fendi 排名第九,Prada 排名第十。而2008年排名第八位的乔治阿玛尼(Giorgio Armani)2009年品牌价值暴跌20.2亿美元(约138亿元人民币),跌幅近40%,跌出十大奢侈品牌之列。

问问奢侈品牌为啥这么奢侈

所谓奢侈,是产品本身超越使用价值,使顾客产生心理愉悦和满足。

这些世界顶级品牌之所以成为奢侈品,是因其历经岁月打磨而不曾改变的高贵身份:高贵、个性、距离、时尚,很多曾经是欧洲皇室、贵族的专用物品,为上流社会的精英人群所享用,真正的奢侈品背后都伴有品牌成长典故。