

入夏,气温不断攀升,走在大街上,随处可见“短”字当道的夏装成为主流,即便如此,部分“潮人”还是觉得不够过瘾,此时的“亲水派”开始跃跃欲试,泳装、沙滩裤、墨镜、防晒霜等“亲水”必需品成了关注的焦点。

水中,也可以是展现卓绝风姿的舞台。时下,商场内的泳装专区成为流行元素的聚集地,不再保守的都市女性纷纷把目光投向了比基尼样式的泳衣上。“今年比基尼样式的泳装特别受欢迎。豹纹、碎花、蕾丝等款式更是泳装中的佼佼者。”大商新玛特金博大店内衣专区负责人王娟介绍说。

汽车有跨界,泳装也不甘落后。在今年的泳装款式中,水晶、蕾丝、水钻等时尚元素已经不再是时装的专属。正如王娟说的那样:“泳装正在跨越衣着的类别。美,没有界限。”

记者在芬狄诗专柜看到,一款翻领的泳装尤其显眼。王娟介绍,此款泳装往年并不多见,但在今年用另类二字来形容泳装已经不再夸张,看似内衣,实则泳装。“除了功能不同,今年的泳装在款式、质地、色泽上和内衣几乎没有太大的区别。”

值得一提的是,纱巾正在逐步成为今年泳装的“最佳拍档”。质地轻柔,Pocci印花的长款纱巾随意地系在腰间,让穿者在性感与含蓄间游弋。

除了泳装外,墨镜也是“亲水派”的必备品之一。圆形的墨镜成为今年的流行趋势,白色边框和黑色镜片对比尤其明显,整体造型显得更加时尚。

说起防晒,新玛特金博大店纪梵希专柜导购说,在选择防晒产品时首先要考虑个人的肤质,然后再选择适合自己的品牌。迪奥专柜的导购也表达了同样的观点:“不同的肤质应选择不同的护肤品,防晒霜也不例外。尤其是夏天,应经常使用防晒类护肤品抵御日间紫外线侵害,以免炙热的阳光灼伤肌肤。”

晚报记者 白贺/文 赵楠/图



亲水,比基尼够潮

本图由爱慕提供

品牌:芬狄诗
推荐理由:活力豹纹图案,既时尚又性感。独特连体设计,在彰显魅力的同时还遮挡部分女性身材略胖的缺陷,加之造型奇特的草绿色腰带,似乎把我们带回到大自然当中。



品牌:爱美丽
推荐理由:上衣蓝色横纹设计,与大海不谋而合,下身配以海蓝色纱巾,既性感又含蓄。复古设计的帽子无不给人以感官的独特享受。



品牌:爱慕
推荐理由:大块豹纹连体设计,上身大V字领独特、大胆。此款泳衣除了性感再也不能用其他词藻来形容。



品牌:Boby Pops
推荐理由:毛巾面料手感舒适,给人以质朴、亲和的印象。果色镜框配以半透明镜片极具海派风格,也和今年的流行趋势相吻合。

品牌:安莉芬
推荐理由:此款泳装第一眼的印象就是“海风轻拂过”,独特Pocci印花设计,面料轻柔却不显媚俗,紧边设计使活动更加自如。



品牌:CK
推荐理由:蓝色T恤加之格格沙滩裤给人轻松、休闲的视觉感受,尤其是棉质格格沙滩短裤,很容易让人忘记都市的喧嚣,全身心地投入到大自然的怀抱。



图片拍摄地:大商新玛特金博大店



品牌:Dior迪奥
推荐理由:独具润色修饰功效,为肌肤度身定制轻柔防护层,抵御日间紫外线侵害,带来一整日的舒适呵护。



品牌:GIVENCHY纪梵希
推荐理由:对抗紫外线、污染和城市压力,帮助肌肤细胞抵御有害环境因素的侵袭。

上网“秒杀”卡骆驰

——新玛特郑州总店再次升级互动营销

新玛特郑州总店ecko大型展卖成功举办之后,CROCS世界杯新品展销大型路演于今日在新玛特郑州总店揭开神秘面纱。届时,在全市“封锁”了一个多月的卡骆驰世界杯新品将和郑州消费者亲密接触。为了让更多的消费者早享受到这一力度空前的卡骆驰优惠,新玛特郑州总店再次出招,联手新浪河南,再次升级互动营销模式。

晚报记者 袁瑞清

秒杀、团购、电子优惠券,“网”打尽
新玛特郑州总店副总经理李钦告诉记者,在营销界,一直有专家强调“网购是传统百货业的终结者”,但他认为网购与传统百货业尽管存在某些冲突,但并非没有契合点,一旦找准这个契合点,传统百货业的魅力必将借助发达的网络得以无限放大。
他举例说,比如此次新玛特郑州总店针对CROCS世界杯新品展销大型路演,将携手新浪河南这一优质IT资源,利用秒杀、团购、电子优惠券等最新的形式,将卡骆驰的限量优惠用网络辐射到更多消费者身边,让更多消费者了解这一活动,并真正享受到这一活动的优惠。
李钦表示,与新浪河南携手,CROCS世界杯新品展销大型路演确实选对了营销点,卡骆

驰的消费者刚好是喜欢上网的时尚一族,利用网络这一资源恰到好处。
集中总店优质资源,倾情支持单一品牌
记者掌握的资料显示,在国内市场上,大部分百货企业都在采用多品牌互动的方式进行品牌合作,但是这种互动营销的弊端是,多品牌共同参与活动后,没有侧重点,任何品牌都不能得到重点关注,活动的效果自然不够强势。
对此,李钦表示,新玛特总店的营销团队为了规避这一弊端,推出了单品牌互动这一营销手法。集合新玛特总店的全部优质资源全力推广单一品牌,同时要求单一品牌也拿出最优质的促销资源,如此一来,不仅能够提升活动的影响力,还能够用超大力度的优惠活动吸引更多的客户、回馈更多的客户。

无论是上一场的新玛特郑州总店ecco大型展卖还是CROCS世界杯新品展销大型路演,遵循的都是这样的营销策略。
多层次多角度,互动营销方能共赢
李钦告诉记者,一直以来,新玛特郑州总店一直在考虑如何将社会影响力与参与营销各方的利益更完美地结合在一起,实现多层次互动,既有社会效应,又能让参与各方获取相应的利益,甚至将这种利益放大到最大化。
“成功的营销绝不仅仅要叫好,更要叫座。”具体到此次活动来说,就是整合一切可以整合的社会资源,比如,不仅邀请卡骆驰的河南区域代理商参与,更邀请到卡骆驰的厂商,并促使卡骆驰代理商与厂商更密切地配合新玛特郑州总店的活动,同时,利用新浪河南这一优质IT资

源,将活动影响力进行进一步放大。CROCS世界杯新品展销大型路演,一方面让消费者享受到最大的实惠,获得口碑,另一方面,实现立体资源互动,获取巨大的社会效益。不仅如此,还让卡骆驰品牌的影响力与新玛特郑州总店的影响力得到进一步提升。
优惠力度空前,要“抢”鞋就得快
记者了解到,尽管此次卡骆驰准备的促销资源很充足,但是,截至目前,已经有相当数量的卡骆驰新老客户在盯着这些优惠促销了。
新浪网友丽儿甚至表示,准备呼朋唤友去血拼。李钦提醒喜欢卡骆驰的朋友关注此次活动相关报道,提早到现场“抢”鞋,想“淘”便宜的朋友,可以参加新浪河南的秒杀、团购和电子优惠券活动。