

# 最美的爱送给最爱的 ta

## “郑百钟表节”邂逅“七夕”，买情侣表有鲜花、美酒相伴

郑百第四届钟表文化节第二周恰逢七夕，郑百将借助钟表文化节助你“表白”。

多年前那部《秋天的童话》，周润发饰演的船头和钟楚红饰演的十三妹互送对方礼物的片段犹在眼前。船头卖掉自己仅有的汽车买了手链给十三妹配她的手表，却不知十三妹已经把手表当做生日礼物送给了船头……

沉浸在爱情喜悦之中的船头拿着送给爱人的礼物在街头奔跑，一个30多岁的男人，满脸陶醉地在大街上奔跑，身后不断流逝的多彩街景也在传达着他的那份喜悦。那一刻是美好的，全世界都变得浪漫而幸福了。

因为这部电影，多少人在爱的纪念日要送一份特别的礼物给他(她)时，最能记下这一刻的手表成了最佳的选择。

从8月13日~19日，郑百特别为情侣量身定做了活动，特别指定情侣款，购男表赠送女表。如果你是花样年华，购买情侣表还可以获赠玫瑰花、电影票、德克士套餐券等。

如果你已经到了沉稳的中年，购买情侣手表，送红酒加美味套餐，同时也可获赠电影票。如果你和爱人恩爱偕老，60岁以上的消费者购买情侣表，可以旧换新，也可获赠电影票、好利来蛋糕、德克士套餐。

晚报记者 袁瑞清/文 赵楠/图



七夕将至，到郑百选款手表送给心上人吧。

访谈

### 东方表：10只钟表赠给贫困中学

——访东方表行中国区总裁柳田记良

8月6日，郑百钟表文化节开幕当天，日本东方表中国区总裁柳田记良先生专程赶来参加，并特别赠送了10只东方表给文化节，委托郑州百货大楼转赠给贫困中学，作为对郑百钟表文化节尊重教育的心意。

记者：在日本，企业是如何通过商业活动回馈社会的？

柳田记良：在日本没有类似的经验，在中国是第一次做这样的活动，财富取之于民，用之于民。还是要返还社会的。在日本有一些公益活动，但是类似于商业和公益相结合的活动之前没有参与过。

记者：这次钟表文化节东方表将结合中国的传统节日做出哪些营销？

柳田记良：对于企业来说，销售是第一位的，但希望传播更多的文化，我们希望通过这次文化节给消费者带来更多的东西，除了购买商品外，也可以更多了解品牌以及背后的故事，而我们会把从社会上获得的收益尽可能返还给社会，把事情做到更好。

记者：和中国的老字号企业合作多年，有什么话想对合作伙伴说？

柳田记良：作为企业参与更多的活动是责任和义务，郑州百货大楼的这个活动是一个很好的桥梁，起到沟通中日之间感情的作用。与当地有影响力的百货合作是一件非常荣幸的事情，希望这样的活动能继续下去。

### 维多利亚：陪着本卖也愿意

——访郑州维多利亚钟表贸易有限公司董事长蔡标荣

记者：维多利亚已经参与了四届钟表文化节，如何每次都做出新意？

蔡标荣：作为一个传承下来的活动，郑百的钟表节已经打出了品牌。作为参与方，我们非常重视这次活动，两个月前知道大楼即将开始活动的时候我们就做了准备，并且，尽可能让今年的活动力度更大一些，其实这样的活动对于商家来说是“陪着本来的”，但是，即使这样我们也乐意做。

记者：企业真的愿意赔本赚吆喝吗？没有利益还要坚持下来？

蔡标荣：这次参与活动的大多是公司的中档品牌，对我们来说，这样的活动和让利对于消费者接受我们这些品牌是一个很好的宣传作用，这种利益对企业也是非常重要的，我们希望借助郑百钟表节的平台去扩大更多的消费者群体。

而从历年的销售记录来看，每年都有近30%的递增。这个结果是郑百和维多利亚以及消费者都满意的。

购买有礼 幸运抽奖

## 慕思带您畅享“欧洲睡眠文化之旅”

优惠，满2000元返800元

据慕思郑州公司品牌经理任想介绍，此次活动的力度相当大，甚至赶上了“世界睡眠日”期间的力度。

活动期间，消费者进店就有精美礼品相送，包括《企业家私人睡眠贴士》、钥匙扣、天堂伞以及环保袋等。

只需要购买满5000元的产品，就能获得一次转幸运转盘的机会，“多买多转，保证百分之百中奖，礼品都是由慕思精心准备的，包括慕思的毛巾、腰枕等。”

当然，更让人心动的是全场VIP购物现金回馈，满2000元回馈现金800元。

记者在慕思金水路店看到了一张单价约为13万元的床，按原价全套买下来，价格约为23万元。但如果按照活动折扣来算，全套只需13.8万元，相当于打了近6折的折扣。

如果老顾客带新顾客前来购买产品，除了享受活动优惠外，还可额外享受9.8折优惠。

幸运抽奖，畅游欧洲四国

曾有业内专家呼吁，“国人有机会可以走出国门，亲身体验国外特别是欧洲的寝具文化与睡眠产业，唤醒对睡眠价值的再认识”。

而慕思此次活动的最大亮点，就是前往欧洲体验睡眠文化。“旨在通过活动引导市民树立健康的睡眠理念，带领大家共同参与慕思10天的欧洲畅享之旅。”任想说。

记者了解到，此次体验之旅将在德国、比利时、意大利、法国这四国展开。

“购买金额满5000元，可获转幸运转盘一次，满一万元，就能参加幸运抽奖，终极大奖就是参加欧洲睡眠文化之旅。”

8月14日-22日，国际知名寝具制造商慕思公司，将推出“畅享欧洲睡眠文化之旅”活动。记者了解到，除了购买产品以外，消费者还可以通过参与慕思官网的线上游戏，获取抽奖资格。

晚报记者 袁瑞清

的同时，会有睡眠知识的问答，通过观看视频，可以让你懂得优质床垫的挑选技巧等。

“这几天赚到的积分都攒着，就瞄准欧洲四国十日游的大奖，希望与美丽的威尼斯、盛大的贵族派对、豪华的法拉利车队来一场浪漫的邂逅。”周小姐说。

慕思加速睡眠体验先锋攻势

近年来，睡眠专家研究得出，欧洲人是全世界最重视睡眠质量、睡得最好的，他们懂得把最先进、最精华的材料都用在了床的身上。

大到空中客车A380，小到顶级跑车布加迪，再到自家用的床架上、床垫上，都很容易找到高科技材料、高品质织物。

而慕思“畅享欧洲睡眠文化之旅”就是在于给予消费者实实在在的体验，推广健康睡眠理念。

作为具有国际视野的寝具生产厂商，慕思倡导的“健康睡眠体验”实际上是整合优质睡眠资源的方式之一。

慕思发展到现在已经拥有600家专卖店，每一家做的都是一整套的健康睡眠系统，在床垫、骨架、床架等产品品质上都力求整合全球最顶尖的技术。

公司目前已经与意大利、德国、美国、比利时等欧美国家8家公司结成战略合作伙伴关系，引进9项世界先进的寝具制造材料或技术。

并在国内首次推出了“健康睡眠私人会所”体验馆……重视产品背后的科技含量与人性化设计，才是慕思成为引领行业先锋“弄潮儿”的真正秘密。



慕思·凯奇高端整体布艺软床

欧洲游启程后，将在这四个国家设置四个神秘体验环节，如到拉玛蒂小镇参观酒庄园林、豪华游艇游览地中海、享受欧洲顶级名车接送、探访欧洲顶级供应商工厂、游览电影之城戛纳等。

如此诱人的活动怎么才能参与呢？任想介绍，凡活动期间，购买满一万元产品的消费者，就可以获得“畅享欧洲睡眠文化之旅”的抽奖机会。

网上掷色子也能掷出欧洲游

如果没有买产品，又想参与体验之旅，怎么办？那就去慕思网站(www.derucci.com.cn)玩游戏吧，也许大奖会降临到你头上。

“掷色子，走格子，做任务，得积分……”这些以往在桌面游戏中熟悉的环节，如今却被慕思公司作为考核欧洲之旅抽奖资格的环节。

在一家设计公司上班的白领周小姐说，平时休闲的时候，就喜欢上网参加网络活动放松心情。“慕思的活动，本来也是好奇之下就报名参与的，一玩还真上瘾了。这个活动给我的感觉就是有趣、有益。”

记者上网体验了一把发现，游戏设置很有趣，比如在掷色子到达德国、比利时、法国、意大利这四个国家时，能欣赏到欧洲的自然风光，活动积分还可以抽取护颈枕等礼品。

除了有趣，还能学到东西。比如在走格子