



高档货并非都来自意大利 阿玛尼产自 10 多个国家

旗下品牌生产地可能在中国温州、苏州
代工成本低,一套西装用料成本最低 90 元



丽柏广场是位于广州中心商业区的一座柱形建筑,这里聚集了国际一线品牌,例如路易威登、爱马仕,在它们的门口,都仿照香港、新加坡的格局布置了优雅接待牌。

Emporio Armani 只是 Armani 家族中的二类品牌,其高端的西服,即使遇有折扣,价格也在 1 万元左右。如果是顶级的 Armani Prive,客人从定制到领取衣服,大约需要 10 周的时间。

不过,在采访中,记者发现,即使是受过专业培训的 Armani 专卖店的职员,对于 Armani 的一些产品的来源,例如 Giorgio Armani,也有不同的说法。顺着这些线索,记者发现,许多国际品牌在中国都有代工商,代工商赚的也许只是 1%~3% 的加工费,而这些国际品牌却可以赚取数 10 倍于此的利润。

Giorgio Armani 并非全部意大利制造

华贸中心是北京的一个豪华商厦。“Giorgio Armani 品牌的衣服不会在意大利以外地区生产。”华贸中心阿玛尼专卖店店长说,“Armani 其他品牌的有在中国代工或者在中国生产的情况,如 Emporio Armani、Armani Casa、AJ Armani Jeans、A/X Armani Exchange 等。生产地可能在温州、苏州等地,但具体情况我们也不太了解,得问生产方。”

在北京王府半岛酒店的 Giorgio Armani 专

卖店,工作人员也一直强调,Giorgio Armani 的原材料、生产过程都是在意大利完成的。

只有 Armani 旗下休闲类的 Emporio Armani 和其他一些子品牌,才会在中国代工生产。

在上海 Giorgio Armani 国金店,记者翻查了 5 件 Giorgio Armani 的标签牌,发现都是“Made in Italy”(意大利制造),不过,也有卖奢侈品的内行人向记者表示,Giorgio Armani 除了在意大利生产外,还有在罗马尼亚生产的。

有些产地国家名字店员都没听过

Armani 旗下约有 8 个服装品牌,除了最顶级的 Armani Prive(定制)外,还有 Giorgio Armani、Armani Collezioni、Emporio Armani、Armani Casa、AJ Armani Jeans、A/X Armani Exchange 和 Armani Junior 等。

在北京王府半岛酒店、银泰中心、华贸中心三家 Armani 专卖店,所售的品牌只有 Giorgio Armani 和 Armani Prive(定制)。而在深圳,阿玛尼有 6 家代理店,最高端的仅为 Armani Collezioni 和 Emporio Armani,没有 Giorgio Armani。

Armani Collezioni 在深圳益田假日广场有一家,店内的服装风格商务、简洁。

一件件看过去,你会发现其原产地大部分来自意大利,标签上印着“Made in Italy”。但是,也有一部分的原产地并非意大利,吊牌上写着原产地为克罗地亚。店员告诉记者,阿玛尼的原产地遍布十几个国家,有些国家的名字

他们都没有听过。

“设计都是在意大利完成,原料的来源地则不尽相同,因为不同的国家盛产不一样的面料。”店员解释说,“加工则在中国完成。”按照该店员的说法,Armani Collezioni 产品线的设计在意大利完成,原料则来自十几个国家,包括中国,最后的加工也会在中国完成,因为“尺码地服装不适合亚洲人的体型,需要再修改”。同时,店内也有驻店师傅,凡是在店内购买的服装都可以免费修改尺寸。

Emporio Armani 的店在万象城内,店内的服装大部分来自“意大利和土耳其,中国只有很小一部分”。

Armani Jeans 的原产地几乎全是,中国,不管是 T 恤、衬衫,还是裤装。同时,价格也降低许多。Armani Jeans 的价位与一些潮流品牌相等,T 恤的价格在 500 至 1000 元之间,一件男装皮衣的价格也才 2000 多元。

一套西装用料成本最低 90 元

与深圳 Emporio Armani 专卖店相比,上海 Emporio Armani 港汇店的货物来源更加多样,记者看到,其售价为 5100 元的针织夹克,产地是中国;售价 2800 元的背心,产地是意大利;T 恤的产地是秘鲁,而售价 1300 元左右的 100% 全棉的衬衫,产地是越南。

实际上,Armani 的代工成本是很低的。以成衣为例,中档以上的衣料大约每米 70 元,中档每米 30 元至 40 元,生产一套西装,大约

用料 3 米,也就是说,一套西装的用料成本在 90 元至 210 元之间。

红豆集团曾是 Armani 在中国的代工商之一,主要为 Armani 贴牌加工西装,据知情者透露,红豆集团每套收取的费用大约是 50 美元(约合 320 元人民币),但是,在 Armani 的专卖店中,这些西装一套的价格约 800 美元(5000 元人民币),差距在 10 倍以上。

据《理财周报》



“仲夏夜之浪”明日启动

地点:马拉湾 费用:220 元
报名条件:参加晚报
“马拉湾冰爽之夏”第三季

8 小时之内,我们对待工作要踏实敬业,8 小时之外的狂欢必须要疯狂刺激!昨日,记者从马拉湾获悉,就在明晚,中原时尚夜生活从此将被改变——马拉湾五年升级巨制:快乐 5 次方“仲夏夜之浪”星光夜场将闪耀启动!想要享受漫步沙滩吹海风听海浪的悠闲乐趣,那就赶快加入晚报的活动吧!

截至昨日,“马拉湾冰爽之夏”第三季活动第一期门票已全部售罄,今日将开售最后一期门票,机会不多了,还没有行动的市民,可要抓紧时间啦!

晚报记者 李丽君 实习生 赵柳影 谭莹 常双建 赵朋乐

【精彩预告】星光辉映下的水上狂欢

据介绍,“仲夏夜之浪”星光夜场,是全国首家白天、夜晚同时开放迎宾的大型水上游乐园,近 30 种世界顶级水上游乐设备,全天候服务让你快乐疯狂不 NG!

就在黄河岸边,3000 盏灯光、10 万平方米北海银滩细白真沙,星光流转中沐浴在马拉湾的灯火海洋,开始童话般的浪漫之旅……

据了解,星光夜场开放时间为晚上 5 点 30 分至 10 点 30 分,如果你是上午 12 点之前入园的游客,出园时间超过下午 7 点半,每位将会加收 20 元;如果你是 12 点之后入园的,那可以玩到晚上 10 点半;如果你玩夜场,夜场票价成人每位 100 元,儿童每位 80 元。

最后,晚报提醒市民,晚上游玩一定要注意安全,尤其是带有小孩的,并且最好提前确定好返程时间及方式。

【活动介绍】

优惠大礼包,两张马拉湾门票(原价每张 130 元)+1 份全年《郑州晚报》(订价 144 元)=404 元,现在仅需 220 元,购买立省 184 元。最

近购买,还可加赠一张价值 30 元的金鸢鸵鸟园儿童票。

【活动参与】

1. 淘宝网站:登录 <http://shop35307933.taobao.com>,或登录淘宝网,搜索店铺“郑州晚报小铺子”就可以找到我们。

2. 西区现场:陇海西路与文化宫路交叉口晚报大厦 305 室;时间:周一至周五上午 8 点 30 分至 11 点 30 分,周日上午 9 点 30 分至下午 3 点。

3. 东区现场:世纪联华经三路店二楼南收银台出口处;时间:周二至周日上午 9 点 30 分至下午 1 点 30 分。

【活动提醒】

1. 咨询热线:67659999、18637102679。

2. 请提前准备好具体投递地址,送报范围为郑州市四环之内,起订时间为 2011 年 10 月 1 日~2012 年 1 月 1 日。

3. 所售马拉湾门票不限日期,也不限游玩时间,只要在本年度的开放时间内均可使用。



“领”悟市道

门徐刚领

基金经理可以“奔私”,可别私奔

今年以来,安信证券 9 名首席分析师 4 人离职,五六十人的研究所流失了 20 多名研究员。

不仅安信证券研究所在“阵痛”,基金公司也很痛,因为基金经理跳槽忙已经成了一大风景。据统计,今年上半年,共有 162 位基金经理发生变更。甚至于在一天之内,6 只基金更换掌门人。在美国,基金经理的平均工作年限为 4.8~4.9 年,在中国只有 1.68 年。

现代社会,跳槽不是什么新鲜事,相反,一个人能在一个单位老老实实干一辈子,倒有点像新闻了。

券商分析师、基金经理跳槽,多数跳到了哪里?

有意思的是,券商分析师多数流向了买方市场,比如基金公司、私募、券商证券投资等,而基金经理呢,不是私奔,多是“奔私”,即更多投向了私募基金。

券商分析师与基金经理的跳槽,与老百姓关系有多大呢?

分析师老不安心工作,他提供的投资报告可信度几何?好在现在股民都成熟了,分析师的意见未必会听。

而基金经理老想着跳槽,基民就有麻烦了。大量作为基金“灵魂”的基金经理,在管理一只基金时“屁股没坐热”就走人,必然会危及基金业的正常运转。“基金经理频频跳槽犹如儿大弃父母”,也许有人说,人家跳槽是人家的职业自由,没必要进行限制。但事实证明,基金经理的频繁变动会影响基金的业绩,损害投资者的利益。如果你买了一只“烂”基金,从 6000 点坚持到现在,然后,基金经理跳槽“奔私”了,你会作何感想?你相中的基金经理跳槽了,你也能跟着跳槽吗?要知道,基金赎回和申购都是要付费的。

“21 世纪什么最贵?人才!”葛大爷的话,放在啥时都对。还好,基民还算幸运,基金经理也只是“奔私”,不像人家王功权玩的是“私奔”。要是私奔,可不是一两个人受累的事儿,芸芸基民就该唱着《裸奔之歌》裸奔了。

财经短讯

麦当劳提价 0.5 至 2 元

洋快餐巨头麦当劳悄然提价。记者昨日从麦当劳公司证实,从本月 13 日起,麦当劳在全国范围内的餐厅部分产品已提价,幅度为 0.5 元至 2 元。这是去年 7 月以来麦当劳产品第 4 次涨价。

据了解,5 块一盒的麦乐鸡从 6 元涨到 8 元,麦辣鸡翅也从 7 元涨到 9 元,此外,奶昔的价格从 9.5 元涨到 12 元,薯条及部分汉堡的价格也进行了微调。

昨日,另一洋快餐巨头肯德基方面表示,暂时未有调价计划。

据《新京报》

家乐福在华关闭四家门店,因欺诈被踢出日韩

自 2010 年 7 月至今,家乐福已经在中国地区关闭了 4 家门店,尽管总部给出的原因是“局部调整”、“整体中国战略不会改变”,但时间的临近很难让人不将此与“价格欺诈门”联系起来。

家乐福价格欺诈的问题是否只存在于中国?记者通过对多国家家乐福经营状况调查发现,家乐福近几年先后退出日本、韩国、俄罗斯市场。日韩媒体此前曾报道家乐福因乱收费、拖欠供应商货款、诚信问题多次遭受监管部门高额处罚。

据《环球》杂志