



范思哲服饰展品

“感受·范思哲”中国巡展进郑州 国际奢侈品牌转风二线城市

事件 范思哲“带”奢品来郑“观光”

作为全国巡展之一,本次活动裕达国贸特别布置的展台上陈列着VERSACE包括时装、高级定制礼服、腕表、珠宝、太阳眼镜、手机、香水及家居系列等全系列产品。

国际影星佩勒洛普·克鲁兹于2007年奥斯卡颁奖典礼上所穿礼服、詹妮弗·洛佩兹于2010年格莱美颁奖典礼上所穿礼服,突出品牌独树一帜的奢华元素。2011春夏系列女装则强调比例及迥异元素,男装系列以Bruce

Weber于上世纪80年代后期为品牌执镜的摄影作品为设计灵感,彰显我行我素的衣着态度。而Perpetuelle腕表个性十足的浑圆表壳、独一无二的装饰颇为吸引眼球。全新Elegance高级珠宝系列,每件产品都以网状的交织手法,呈现无比绚烂的“黄金织品”。

此外,2011年推出的January J眼镜系列,还有与ModeLabs集团合作推出,只针对中国市场限量发售10台的豪华触屏式多媒体手提装

置Versace Unique,都给人留下深刻印象。最让人惊喜的是,巡展也让人们了解了VERSACE在家居产品领域的“发言权”,Vanitas扶手椅、“绝代倾城”系列瓷器,强烈的巴洛克风格,进一步突显了强烈的VERSACE品质。

据悉,“感受·范思哲”是VERSACE首次在中国举行的系列巡展,主要针对系列二线城市展开,此前已在南京、西安、青岛等城市展出。

奥斯卡红毯上大抢风头的高级定制礼服,散发迷人魅力的华美珠宝,经典富丽的家居用品,它们都拥有着同一个耀目的LOGO——VERSACE。7月22日,范思哲,这一国际时装设计品牌翘楚,意大利奢侈精品的象征,在裕达国贸举行“感受·范思哲”巡展。

此次系列巡展主要在二线城市展开,旨在将品牌所彰显的生活方式以立体全景模式呈现在公众面前。这是否预示着又一家高端奢侈品将进驻郑州?

晚报记者 谢宽

目前郑州市商场能见到的一线品牌有LV、GUCCI、菲拉格慕、夏奈儿、迪奥、纪梵希、雅诗兰黛、兰蔻、登喜路、雅格诗丹、杰尼亚、江诗丹顿、卡地亚、博柏利、万宝隆、施华洛世奇、都彭、阿玛尼、BOSS等。

虽然郑州的奢侈品集中度还有待提升,如

国际一知名咨询公司在规划郑州市商贸城市建设时,对郑州目前的高端品牌做过调研,在知名国际零售企业的入驻率方面:香港占38%,北京36%,上海36%,郑州仅占6%。

在国际高端品牌入驻率上:上海占96%,广州75%,成都58%,武汉25%,郑州仅占15%。

分析 奢侈品转风二线城市

爱马仕、巴宝莉、普拉达等奢侈品中坚力量缺失,但在业内人士看来,以GUCCI为代表的奢侈品瞬间提升了郑州的时尚度。

中国奢侈品行业在过去几年则一直以20%以上的速度在增长。业内人士认为:奢侈品抢滩二线城市已是不争的事实,主要有三方面的

原因。一是奢侈品牌出于自身考虑,需要扩大市场,由于一线城市布局基本饱和,所以二、三线城市成为首选。二是以郑州为代表的二线城市进入快速发展期,表现抢眼,获得奢侈品牌的普遍认可。第三是在这些奢侈品牌精挑细选市场时,发现了合适的物业。

现状 省内高端消费郑州只占两成

此外,在调研报告中显示,省内高端消费只有20%在郑州,中部六省临近城市到郑州购买奢侈品的只有5%。2008年,郑州市消费者的大部分奢侈品花费都在国内其他城市。其中,到北京、上海、广州3地购物的郑州人占了近一半,郑州仅占三分之一不到。“奢侈品在国

内各个城市的价格水平相仿。如果郑州也能提供消费者所需产品,100%的受访消费者愿意选择在郑州购买。”河南省商业经济学会常务副会长宋向清认为,此次“感受·范思哲”巡展,或许是把双刃剑,在商家探访二线城市实力的同时为自己的进驻埋下伏笔。

一周消息

郑州休闲服饰商会首届会长会议召开

7月24日,郑州休闲服饰商会首届会长会议在粤海大酒店召开,潮流前线、名度、拓谷、斯得雅男装等参加了会议。

会议强调,郑州休闲服饰商会要紧紧围绕市委市政府的中心工作,努力在引导各服装企业科学发展、转型升级等重要工作中充分发挥

好商会的职能作用。会议通过与社会各界的接触和交流,针对当前面临的经济形势,立足郑州服装行业现状,结合自身企业的发展提出了切实的对策建议,以商会的团队力量,带动郑州服装行业实现新的跨越,引领中原服装经济实现新的腾飞。

陈睿瑜

“五独生态养生馆”进驻郑州

“八一”前夕,来自南水北调水源地的河南浙川生态五毒开发有限公司为省会人民送来一道绿色纯天然健康大餐——首家“五独”生态养生馆在郑开馆。开馆之际,特推出“八一节·向老兵战友献礼”专项活动。

河南浙川生态五毒开发有限公司董事长贾

玉山历经20多年,倾心研发“五毒”(蛇、蝎、蜈蚣、蟾蜍、壁虎)为主提炼的生态养生产品,其研发的五独酒被中国酒界泰斗秦含章推崇为无药味、无腥味的“最值得推广的生态养生酒”,被评为“河南十大特色酒品牌”。

李策

暖倍儿(郑州)新品发布

7月21日,主题为“相识 相知 相成就”2011暖倍儿(郑州)新品发布会暨客户答谢会在郑州大河公馆酒店隆重召开,来自河南各区域的加盟商齐聚郑州共同出席。本次新品发布会以静态展示为主,时尚裤系,休闲内衣在会场优雅绽

放,突出了2011秋冬新品的特色,尽显暖倍儿的时尚休闲概念。据悉,暖倍儿总裁、营销总监、服装设计师现场讲解了暖倍儿发展新战略、营销新思路、产品新规划,让与会嘉宾全方位了解了暖倍儿品牌文化及独有的市场营销模式。

陈睿瑜

杜康控股慰问河南省军区

7月25日下午,在第84个建军节即将到来之际,杜康控股总经理吴书青、副总经理马金全带领拥军慰问团将总价值25万元的拥军慰问品送至河南省军区,慰问广大指战员官兵。

在省军区会议室内,杜康控股总经理吴书青一行和省军区相关领导进行了亲切座谈。

吴书青向省军区领导介绍了杜康控股整合、上市之路以及战略新品“酒祖杜康”系列产品的上市情况,又向军区领导发出诚挚邀请。军区领导们对杜康的拥军慰问表示欢迎和感谢,并对杜康的品牌以及酒祖杜康的高品质都给予肯定。

陈东升

新旧世界葡萄酒



1976年,在法国巴黎举行,由著名的葡萄酒品鉴大师史蒂文·斯普瑞尔组织,由众多世界级葡萄酒大师担任评委的世界葡萄酒盲品会“巴黎评判”是新世界葡萄酒首次挑战旧世界葡萄酒的经典之战,纳帕谷鹿跃酒庄获得本次盲品会红葡萄酒的第

一名,第六至第十名也被美国纳帕葡萄酒摘得,法国葡萄酒获得二、三、四、五名。

2006年5月24日,巴黎评判的30周年之际,史蒂文·斯普瑞尔再一次组织了世界盲品会,分别在加州和伦敦同时举行,美国纳帕葡萄酒包揽前五名,正式奠定了新世界葡萄酒的历史地位。

美真

“豫美人 CLUB”夏季护肤纤体秀活动进行中 健康塑造瘦美人

体验名额及美容机构继续征集中
请拨打67655031、13673656790报名



要健康不要婴儿肥

美容机构: 郭方品味女人美容院

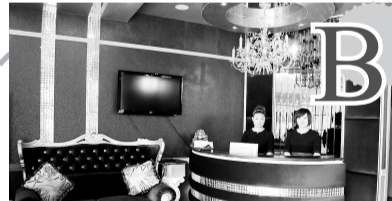
体验项目: 埋线减肥

今年25岁的刘晓娟从小就是婴儿肥,“小时候胖乎乎的十分招人喜爱,可是慢慢长大后,女孩儿爱美的天性让她对自己的身材非常自卑。”晓娟的妈妈担心地说,身高160cm的她体重却有140斤。“都知道肥胖容易引起三高,对健康很不利。”

晓娟下定决心要减肥,“在尝试过节食、运动瘦身而丝毫不见成效时,我几乎要崩溃了,节食饿得我头晕眼花,而运动总是三天打鱼两天晒网,身上的肉肉一点没少,倒是大量的运动出汗刺激着我的食欲,总有没吃饱饭的感觉。”通过晚报活动有幸成了这家美容院的一名顾客,做了埋线减肥,每天差不多都会瘦2斤,一个星期过去了,已经瘦了9斤,“我很开心,我觉得开始要告别婴儿肥了”。

美容师建议:健康的饮食结构才是保持美丽身材的秘诀。避开油腻油炸、垃圾食品,坚持每天都有青菜、粗粮,苗条一次成功!

咨询热线:400-7708-598



重返魔鬼身材

美容机构: 于氏纤体专业瘦身连锁机构

体验项目: 纯手工按摩减肥

28岁的李妍身高162cm,“去年刚生了宝宝,生育前我只有95斤,可是现在臃肿的肚臍,身上一道道的妊娠纹真让我受不了!”李妍说,现在她足足有142斤,并在于氏纤体接受了瘦身顾问为她定制的TPL产后纤体课程。“每次按摩后感觉身上有些酸痛,浑身热热的,像刚做了运动一样,做完第一次,腰围就减了3公分,体重下减了2斤。”瘦身顾问告诉她,这减掉的两斤不是水分,而是在按摩中产生热量而消耗掉的脂肪,李妍表示太惊讶了。

“一周的时间,我瘦了8斤,腰围减了7公分,大腿围减了3公分,手臂也减了2公分,我一定得坚持下去!”李妍兴奋地说。

瘦身顾问建议:产后肥胖皮肤松弛,还要用仪器进行抚平妊娠纹和紧致皮肤的辅助手法,达到瘦身和塑型的效果。另外要提醒的是,产后妈妈的减肥一定要断奶后才可以进行,开始塑身越早,恢复得越快。

咨询热线:400-0371-345