

# 温暖跨年

2011年即将“退伍”，崭新的2012年就站在你我面前，勇敢地跨过去，未来一定更美好。不管过去这一年是酸还是甜，统统翻篇啦。就让我们大家一起温暖跨年！

晚报记者 王一品  
童聪 文/图



## 穿“暖洋洋”，风度翩翩也不失温度

近年来，人们身上羽绒服的颜色开始丰富起来，鲜亮的色彩、时尚的款式已将人们往日冬天沉闷的服饰装扮得明快起来。羽绒服行业的整体发展，已将其往日臃肿单调的款式大幅改良，使之成为冬季时尚新宠。

羽绒服的改良，是内外兼修的变革。填充物的精化和内胆填充工艺的改进，这些改进使得羽绒服在保证尽量轻且保暖的同时，较少或几乎不出绒。此外，羽绒服一改往日的“黑灰面包块”，不再只是简单采用尼龙面料，与蕾丝、皮革、针织等多种材质相拼接，增添了很多时下流行的元素。

现在的羽绒服由于其保暖性能更好、款式更加时尚，成就了广大消费者的“爱美之心”，风度翩翩的同时不失温度。

## 羽绒服卖场专业化

随着羽绒服行业的发展和市场的扩大，羽绒服销售已从上世纪的单柜单季经营转型为专业的羽绒服卖场。此类羽绒服卖场云集了各大羽绒服品牌，涵盖了包括儿童羽绒服、成人羽绒服、羽绒裤及羽绒包、羽绒鞋子等周边产品，一站式购物的羽绒服卖场满足了全家人冬衣购置的需求，使消费者能够便捷和有保障地购买到理想的冬装。

前身为商业大厦羽绒服卖场的暖洋洋羽绒城是目前河南省内最大的羽绒服连锁卖场，卖场内汇集了百余个羽绒服品牌，其中既有兼顾大众消费的主流品牌，如雅鹿、自由自在、千仞岗等，也有偏重时尚、追求个性的羽绒服“潮牌”——艾莱依、金羽杰等时尚羽绒服品牌。

## 元旦大放“价”

不同于其他羽绒服卖场的反季促销，暖洋洋羽绒城旗下的碧沙岗店携手富田太阳城店举行元旦大型促销活动，届时，众多品牌将推出大力度的促销活动，不仅有低至99元的羽绒服，更有60元的特价羽绒内衣，不仅如此，如雅鹿等品牌今冬新上市的新款羽绒服，都会有低至5.8折的优惠幅度。此外，盈湖等多个儿



## 世纪联华 元旦回馈，家电大奖等您抽

2011年对世纪联华来说是一个硕果累累的丰收年，除了超额完成全年的销售目标外，更获得了社会各界的认可。“中原消费者最满意的综合超市”、“中原商业综超类最佳购物环境奖”……

据世纪联华相关负责人介绍，如今世纪联华的会员数已突破50万人，每年世纪联华都会投入上千万元巨资作为对会员的回馈。值得注意的是，会员卡内2011年12月15日前的积分将会于2011年12月31日晚营业结束后自动清零。大家要抓紧时间兑换奖品喽。

展望2012年，世纪联华将继续以自信的姿态积极面对竞争，除了开拓新店、扩大经营范围外，更要强化服务，还将一如既往地做好基本功，为顾客提供“绿色、新鲜、营养”的高品质商品。

据了解，元旦期间，世纪联华将投入百万巨资，回馈郑州市民。不仅开展了刮刮卡活动，还有现场抽大奖。电水壶、纸巾筒、酱油、洗衣粉……奖品丰富多彩，而且中奖率为100%。抽奖奖品更是喜人，海尔家电组合（全自动洗衣机、三门电冰箱各一台）等您拿。

晚报记者 王一品 通讯员 张晓丹

## 佳和家居 刮起年终特惠暖风

元旦将至，位于陇海中路与淮北街交叉口的佳和家居陇海路家具广场，拉开了岁末促销大戏的帷幕。此次活动主题为“家具贺岁 终极风暴”，将是佳和家居本年度最后一次大力度惠利行动。豪华家电倾情送、贺岁三重大礼包、一元家具秒杀……样样都令人心动。

尤其是贺岁大礼包，不仅尽享多重好礼，还有惊喜大礼——2012年1月1日，购买家具交全款至一楼客服中心的前100名顾客，可获郑州晚报年卡一份。

另外，2012年1月1日上午10点的秒杀活动，您无需购物就能参加。价值数千元的精美家具只需“1元”就能揽入怀中。只要您勇于参与，一切皆有可能。 晚报记者 王一品 童聪

# 问鼎商道 挥斡中原

“影响2011·中原商业年度盘点” 正在进行中 敬请关注

【详见《郑州晚报》B叠《第一商业》】

主办单位：中原报业传媒集团/中部“6+1”省会主流媒体联盟/河南十八城市报联盟  
 承办单位：郑州晚报  
 指导单位：河南省商务厅/河南省商业行业协会/河南省商业经济研究所/河南省商业经济协会/郑州大学商学院  
 郑州市商务局  
 支持媒体：郑州日报/新浪网/中原网/爱晚报网/商都网/郑州人民广播电台/郑州电视台  
 视觉支持：BREEZE-club | 上海贝兹  
 活动时间：2011年12月-2012年1月

新十年，新机遇，新零售，新梦想……  
 让我们一起追求企业的成长，探索财富的源泉，证明自身的力量，回馈社会、铸就梦想。

地址：郑州市陇海西路80号郑州晚报商厦部  
 电话：0371-67655279  
 邮箱：zzwbsm@163.com 网址：www.izzwb.com

郑州晚报·62年来·推动城市的力量！

● 阅读忠诚度第一 ● 阅读时间第一 ● 深度阅读比例第一 ● 读者购买力第一 ● 高端读者比例第一 ● 房产汽车家居家电等产品预购读者拥有比例第一

——引自第三方权威调查机构（央视索福瑞CRT/新生代CMMS）发布数据