

精购法则一 时尚无处不在

据美国一份分析报告显示,外貌出众的员工平均收入比外貌平凡的同事多5%,比外貌丑陋的同事多出9%。

外貌可以由容貌、气质、穿着三个方面来综合评定。前两项需要大费周章、日积月累才有可能改变,但穿着,却可以瞬间得到翻天覆地的变化。时尚其实就潜伏在你我身边,能发现它、善用它的人,就成了人们眼里的时髦人士。

同样是一条围巾,你整整齐齐地系于颈间就毫无味道,随意搭在肩头就是时尚,大胆系在腰上当短裙就是潮流。这就是为什么,有的人的衣服擦成山,别人却总觉得其没换过衣服。

精购法则二 赶时髦不如我时髦

时髦是一种态度,拥有个性才是最好的。自信固然是魅力的源泉,但如果自负,你就会与时尚渐行渐远。

每一季的T台上都足够“繁荣”,有人看秀是凑热闹、找谈资,而你,不妨用足够的细心去发现个中细微的变化。比如2011年秋冬,高饱和度的亮色红遍了大街小巷,但是到了2012年春夏,低饱和度的冰激凌色将成为主角。在色彩变幻之间,进行衣橱更新,懂得合理搭配,可以让你省下不少置装费。

赶时髦,等于永远要追着人家走,总是晚一步。唯有自己真正的时髦,才能把握时尚元素,在穿搭中融入自己的小心思,把当季的畅销单品穿出自己独有的风格。

精购法则三 款式与品牌要相得益彰

不能把平价货穿出奢侈品感觉的人,一定不是时尚达人。预算不够充裕,并不能成为你不够时髦的合理借口,如今众多平价品牌、快时尚品牌的设计都不逊于大牌的款式,完全可以满足你对时尚的渴望。

作为一名合格的购物精,要懂得大胆调配,大牌与平价品牌“完美结合”已成为一种趋势。比如今年3月,H&M与意大利潮牌Marni(玛尼)合作推出系列服饰,连世界各地的明星都竞相追逐。

微评论

从盲目消费走向理性消费

如今的郑州,既有GUCCI、LV、Ferragamo、CHANEL、Dior、LA MER等国际顶级大牌的身影,又有Zara、H&M、C&A等高街时尚品牌的围绕,再加上国内一线品牌云集,其实只要你想时髦,随时随地都可以与世界同步。

本世纪之初,郑州商业挥别老商战的硝烟,迎来新一轮快速发展,在一段时期内,曾经掀起了返券狂潮。各大商场轮番推出返券活动,而且各个场面火爆。之后,又出现“100元当200元花”之类的换券活动,以及特卖会、满额赠等。

但是,这股热潮似乎从今年春节开始降温。“当消费者听到促销信息时不再扎堆,而会有选择性地购物,说明大家已经从盲目消费走向理性消费。”河南省商业行业协会会长张慧玉表示,客流的适当减少,客单价的提高,就是理性消费、品质购物的最好证明。

有人说,购物不是买东西。购,是个相当专门的动词,有种行为艺术的味道。很简单,从没有人逛菜市场时说自己是“购菜”。

清明小长假,郑州各大商场纷纷亮出诱人特惠,满额赠、返券、满减、特卖等各种促销手段扎堆登场,掀起了情人节之后的第一次购物热潮。不过,相比去年,这个假期逛街的客流明显少了,客单价却有所提高。

显然,人们购物的能力是需要修炼的,在不断地购物、不断地拥有、不断地积累之后,会上升到一定境界。你在满足自己物质欲的同时,也能充分感受到眼力、理智、品位、层次的提升。而当你陶醉于这种一步步往上走的感觉时,就自然从一个购物狂变成了购物精。

记者 王一品

商场特惠多了,客流却少了
购物狂变身购物精
理性消费、品质购物渐成主流

购物精的购物经

遇见心爱之物要当机立断

诺诺

年龄:33岁 职业:资深造型师

经常购物地:丹尼斯百货人民店、国贸360广场

购物心得:拒绝盲目消费。包包,不一定要大牌,但必须设计独特。

香水、包、手表,只要见到这三样东西,诺诺就会义无反顾地扑上去。“每一个购物精都是从购物狂做起的,不然哪来那么多经验?”诺诺认为,女人对于香水的狂热大体可分为两种情况:一种是非常执著地使用同一风格甚至同一款香水,以此作为自己的Logo;另一种是她这样的,拼命尝试新味道新感觉。

对于诺诺来说,香水就像衣服,很难接受每天穿着同一款式的服装出门。当然,她也会特别偏爱某种风格。“阿玛尼的男士香水是我的最爱,那种中性的味道令人陶醉。”诺诺说,平时最喜欢的

着装风格也比较中性,因为这样感觉自由自在。

诺诺印象最深的购物经历是,在一次商场返券活动中,她看上一款香水偏偏不参加任何活动,当时因“心里不平衡”就没买。事后又非常想要,但已经没货了。结果她千方百计请店员从其他城市调货,还搭上了运费。

“遇见真心喜欢的东西一定要当机立断,否则只会搭上更多金钱和时间。”诺诺表示,“我现在逛街没有以前频繁,但是每次都收获满满。尽管一次消费的金额比较惊人,但实际上是节约了,毕竟时间才是最宝贵的。”

只在上新和换季的当口买衣服

柴钰

年龄:27岁 职业:公务员

经常购物地:大商新玛特金博大店、郑州百盛

购物心得:男生购物要精准,衣服要讲究品质。

谁说男生不爱逛街购物,大男孩柴钰的行头从来都是自己选的。

“男人和女人不同,衣柜要小而精,里面不能有‘垃圾’,件件都应该选精品。”柴钰认为,衣服买来不穿,是最大的浪费。

“女人买衣服很随意,经常是既不挑品质又不讲究款式,然后穿一两次就永久式挂在柜子里了。”柴钰购物非常理智,他甚至记得自己衣柜里有多少件衬衣,有多少条领带,还需要补充什么。他不仅知道哪些品牌的哪些风格适合自己,而且常关

注潮流信息,及时更新自己的衣橱。

柴钰有自己钟爱的品牌,更有固定的购物频率,他基本只在上新和换季的当口买上一大堆衣物。“只要你稍稍留意各大品牌的发布秀,就会发现下一季的潮流趋势。有的品牌前后两季的差异很大,你可以在这样的品牌里挑选新款。还有的品牌下一季只是上一季的沿袭,你不防趁换季打折时大量囤货,也不会过时。”柴钰说,甭管自己经济条件如何,都要做有品位的潮男、型男,绝不当疯狂购物的冤大头、暴发户。

和导购交心很重要

倩儿

年龄:23岁 职业:酒店经理

经常购物地:丹尼斯百货花园店、中原万达广场、大商新玛特郑州总店

购物心得:有好心情才能买到好东西。

初见倩儿,就给人一种耳目一新的感觉,除了与生俱来的模特儿身材外,最吸人眼球的是她精致的妆容和独特的搭配。

“我去逛街时,心里永远会装着一张购物清单,上面清晰地注明了要买什么风格什么材质的衣物。”别看倩儿年龄不大,却非常有主见。她从不盲目跟风,只喜欢别致的东西。她也经常去逛快时尚品牌,但总能穿出与众不同的感觉。比如牛仔褲,

她会在裤脚或裤兜处DIY一些小元素上去,甚至真的会拎起画笔在裤子上涂鸦。

聊起购物经验,倩儿说:“我觉得和导购交心很重要,一是他们真的能帮忙推荐不少适合你的服饰,二是每当有限量的新款时,他们会第一时间通知你。当然,交朋友要有选择,那种为了经济效益而昧着良心夸你身材堪比林志玲的导购,是绝对不可交心的。”