

BHG 时尚百货 11 周年庆, 有惊喜更有实惠

这是今年郑州百货商场的首次店庆 更是北京华联历时最长、力度最大的一次

作为今年郑州百货业界首个启动店庆的商场, BHG 时尚百货(北京华联)进驻郑州 11 周年庆以“新生活·新品质”为营销理念, 为消费者带来一次不同凡响的购物体验。

据了解, 周年庆第一波活动高潮于中秋档期掀起, 而围绕十一假期展开的第二阶段活动将更加精彩。
郑州晚报记者 王一品

中秋节业绩同比上涨 30%

作为二七核心商圈的时尚百货, BHG 时尚百货(北京华联)进驻郑州 11 周年庆自 9 月 13 日全面启动以来, 备受消费者关注。据悉, 这是北京华联入驻后历时最长、力度最大的一次店庆活动。更关键的是, 在此次庆典中, 倡导“新生活·新品质”的营销理念, 摒弃陈旧的返券促销方式, 以“明折明扣”来引领消费者理性购物、舒心购物。

在刚刚过去的中秋节小假期中, BHG 时尚百货迎来了本次周年庆的第一波高潮, 业绩比去年同期上涨了 30% 左右。“我们的努力付出, 消费者看到了。我们的转变创新, 消费者感受到了。”BHG 时尚百货郑州店营业部经理单洁表示, “今年是 BHG 时尚百货入郑的第 11 年, 也是开启新十年发展最关键的头一年, BHG 势必要用全新的经营思路来倡导全新的消费观念。”

秋冬新款参与“50元换100元礼券”

在已经取得开门红销售业绩的同

时, 周年庆第二阶段将在国庆期间全面发力。10月1日~7日, 秋冬新款服饰全线参与“50元现金换100元礼券”活动, 化妆品参与“现金消费满180元减30元起”活动, 内衣“满150元减50元起”, 名表“满2000元减268元”。

据介绍, 商场近 400 个品牌倾情参与此次店庆。力度之大、范围之广、品类之全, 都再一次显示了北京华联决战国庆档期的决心。

此外, 为了更好地加大对重点品牌的支持力度, 商场还特别推出现金消费满 1000 元再送 100 元兰芝专用券的“额外活动”。

品牌参与率之高史无前例

值得一提的是, BHG 时尚百货国庆档期的活动中品牌参与率之高是史无前例的。珠宝品牌, 包括周大福、金伯利、潮宏基等; 女鞋品牌, 包括思加图、妙丽、汤普葛罗、爱步、莱尔斯丹、米奥等; 女装品牌, 包括地素、欧时力、5+、ONLY、衣恋、歌力思、声雨竹等; 男装品牌, 包括威可多、鄂尔多斯、依文、沙驰等; 运动品牌,

包括耐克、耐克生活、阿迪达斯等。

与此同时, 诸如 MIKIBANA、TEENIE WEENIE、PRICH 等一些重磅品牌还将推出独家特惠, 现金购物满 1000 元可立减 100 元。

独家特惠献礼国庆假期

喜欢淘街的购物精们要注意喽, 休闲男装 GXG 将在 BHG 时尚百货推出一场“200 万件商品五折优惠”的中原地区独家大型特卖会, 不容错过。十一期间, 商场同时有威可多全场二至五折、路易诗兰全场一至三折等大力度促销活动。

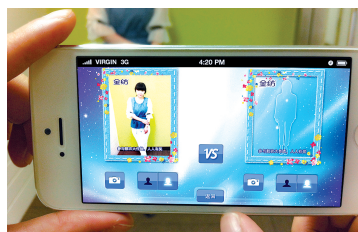
爱美的女士, 还有更多选择。自然堂“雪域圣地, 天宠冰肌”全新冰肌水上市, 将献上力度空前的独家买赠; 欧珀莱、美宝莲, 都将举行独家展促活动。

为了国庆和店庆的“双重庆典”, BHG 时尚百货还专门推出刮刮乐活动, 您只要消费满 580 元即可兑换一张刮刮卡, 100% 中奖哟。而针对 VIP 会员, 更是推出了大抽奖活动, 名人字画、精品茶叶、红酒礼盒……各种特色好礼将为您的假日增添更多欢乐和惊喜。



时尚前沿

金纺创靚照新玩法 掀起全民靚衣比拼潮



近期, 衣物护理剂品牌金纺创新推出“靚衣大作战”手机互动, 掀起了全民靚衣比拼潮。

“金纺靚衣大作战”是评测一个人一身衣服搭配的靚丽指数的 APP。用户可以选择单人玩法或双

人 PK, 拍下自己穿着全身照后, 程序即会扫描出这身装扮的“清新靚丽指数”。金纺品牌表示, 最近是旅行季, 在旅途中大家都爱穿着精心打扮的衣服拍照留念, 最近 PK 风又盛行, 于是萌生了邀请大家一起来比拼靚衣的想法。“金纺靚衣大作战”上线短短几日便引起热议与追捧, 因为体验者可以每天都来评测自己当天装扮的“清新靚丽指数”。

据了解, 金纺此次是与热门 APP“美脸比比看”共同开发了该款应用, 金纺还将抽出 5 个幸运用户送出新锐设计师定制的一身精美靚衣。艺赢

8 年, 40 多个城市, 1000 多家品牌门店 秀域谱写中国减肥行业品牌传奇

“这是一家让人放心的企业, 绝非街头的减肥作坊, 平价、效果好。”在秀域减肥成功的老顾客总是这么评价秀域。

秀域自 2005 年创办至今, 短短 8 年时间, 已经在全国 40 多个城市拥有了近 1000 家门店, 向消费者证明了秀域的实力, 这种实力, 正源自秀域卓越自信的技术和效果保证。

秀域古方减肥立足多年古方实践研究, 减肥效果得到了几十万消费者的亲身验证。秀域成立至今先后获得了“中华美业十佳连锁机构”、“中国保健协会理事单位”等多项荣誉, 连续两

届成为“世界小姐中国区总决赛指定纤体机构”, 正是这些荣誉, 奠定了秀域专业的技术和良好的口碑。

秀域不仅谱写了中国减肥行业新的神话, 而且始终在践行着社会责任。参与荒漠化治理, 投入汶川地震救援, 助养什邡贫困儿童, 2012 年 9 月, 秀域捐资 1000 万成立了“秀域乡村教师基金”, 资助奖励扎根山区的贫困教师和优秀教师。秀域公司董事长李晓宁更被全国妇联授予“全国三八红旗手”称号, 并先后出版《零损耗复制》、《秀域凭什么》两本企业管理畅销书。艺赢

名酒江湖

后高端时代 双面宋河逆风飞扬

上半年, 白酒行业销售收入同比增长 10.71%, 利润增长 0.57%。商务部近期公布的信息, 以数据坐实了白酒行业的低迷, 行业正式进入后高端时代。与行业整体数据相比, 线上线下同步出击被专业媒体称为“双面宋河”的宋河股份, 2013 年以来的表现可圈可点。

“从我的观察来看, 行业总的情况是: 产品线单一、高端酒占比高的企业受到的影响要大一些, 而产品线长、结构比较均衡的企业受到的影响要小一点。那些单一价位占比太高的企业受到的影响比较大, 而区域性企业多数是属于后者, 一般产品线较长, 结构也均衡一点, 不会是某一个价位占比太高, 所以增长还是比较稳定的。”对于当前的行业形势, 宋河股份总裁王祎杨表达了自己的看法。

与之前高端酒快速增长为特征的黄金十年相比, 后高端时代将是一个以大众消费为主导的时代, 行政干预力量越来越弱, 市场竞争将更为充分和激烈。茅台、五粮液积极“下蹲”发展腰部产品, 郎酒不惜与 1919 闹掰也要维护价格体系, 压力之下路通离开丰联集团, 与数据相比, 2013 年上半年的行业动态显得更为生动。

在行业的喧嚣声中, 宋河的增长显得稳健而自信。“我们今年依然取得了很不错的增长。比如郑州市场的‘国字宋河’今年增长可能超过 50%。说实话, 在目前这个形势下, 企业能有这样的增速多少也出乎我们自己的意料。”王祎杨说。

在王祎杨看来, 宋河取得的好成绩原因可归结为两点: 一、作为一个民营企业, 多年来, 宋河历经市场风雨, 一切工作以市场为导向, 能够敏锐地觉察市场风向的微妙变化, 并及时应对, 大众消费时代将是一个市场竞争更加充分的时代, 也将是宋河施展拳脚的时代; 二、百姓用酒一向是宋河的优势所在, 未来, 大众消费的比重将稳步快速增长, 宋河乐见其成。

此外, 宋河在电商领域的接二连三, 也给业界格局带来了冲击, 并被媒体称为“双面宋河”。自 2012 年下半年开始, 宋河以“互联网第一名酒”为目标, 线上动作接二连三: 宋河扣扣、嗨 80 等时尚新品接连推出, 主办中国白酒创意包装大赛, 每周都会组织线上线下的互动活动……对于宋河而言, 开拓线上市场已经提升到了战略高度, “我们的目标是在未来打造一个‘线上宋河’, 成为互联网第一名酒。”王祎杨说。吴美芳

