



男装品牌之VICUTU

关键词:简约、干练、精致



高级男装品牌VICUTU(威可多),根植于大都市精英文化,打造成功与品位的专属风尚。威可多正引领中国男装的新潮流,为中国男士带来崭新的穿衣理念。简约、干练、精致的产品风格,在细节变化中渗透个性元素,自然流露出锐气求新的热忱。“悦享都市,锐意人生”,成为威可多品牌用户最真实的生活写照。

VICUTU命名源自英文单词“VICTORY”,意为胜利。创始之初,威可多即以高档西服产品受到严谨干练的商务男士青睐。结合东方人之体型特征,版型中独创之弯曲比例,更具亲和力。

温馨提示:金博大3F的男装品牌在店庆期间将主打“满99元返100元礼券”、“满99元返60元礼券”活动,让您在领略高品质生活的同时也尽享实惠。



关键词:高贵质感
男装品牌之LAMPO

本土品牌LAMPO(蓝豹),以20年的精湛工艺让每一件西装都拥有自己的灵魂。其结合亚洲人楹型设计,面料考究,做工精良,是高级白领人士理想的着装选择。有人说,LAMPO是事业路上的知心良友,是紧张工作中的肯定与激励,其带给人自信与希望的感觉,唤出你最大的力量,能令人体验到“迈向成功”的真正意义。通常喜欢穿LAMPO西服的人,表面上从容、优雅、淡定,内心却充满力量感,燃烧着憧憬。LAMPO的面料来自意大利顶级面料供应商,西服采用意式经典X版型,使线条更显优雅修身。再结合意大利手工西服的考究工艺,以360道严格工序完美展现“轻、薄、软、贴、服”的高贵质感,奠定了LAMPO西服尊贵极致的品牌DNA。

温馨提示:满99元返60元礼券,LAMPO男装全线产品携手参与店庆返券活动,而且零门槛收券。

童装品牌之小耐克

关键词:时尚感和功能性的完美结合

秉承着“just do it”的品牌精神,小耐克于2002年进入中国市场,以其国际化的风格融合成人NIKE的运动设计元素,强调时尚感和功能性的完美结合,受到广大青少年青睐。小耐克的衣服面料有全棉,还有耐克专利的高科技FIT。“F”代表功能,“I”代表创新,“T”代表技术。FIT面料兼具防水及透气的特质,有一层防水薄膜附着于紧密编织的超细纤维层上,水滴不会渗入,却又能使汗水传送到衣外蒸发。其实,郑州最受欢迎的是“小耐克”运动鞋,因其具备舒适、美观、耐磨、稳定性强等特色。比如那款俗称“毛毛虫”的鞋子,专为儿童设计,从鞋面到鞋底都将舒适度和时尚度发挥到极致。



温馨提示:在本年度各大商场的店庆活动中,小耐克一直不参与返券。此番以“满99元返30元礼券”的形式助阵金博大店庆,大概是希望在这场“店庆收官力作”中给消费者一个意外惊喜。

童装品牌之BIT'Z

关键词:个性、快乐

F.O.I BIT'Z(比茨)是一个以美国休闲风格为主的童装品牌,其拥有当今流行男女装的主流制作工艺,能搭配出多种时尚效果,能体现出儿童充满梦想所独有的世界观。张扬个性,是该品牌的精髓。BIT'Z的灵感主要来源于自然界的事物,还有交通工具或者生活中身边的东西。

BIT'Z的产品一直广受好评,其舒适的面料、独有的手工质感、可爱的动物元素和缤纷的色彩已成为年轻妈妈首选的童装品牌。正如一些辣妈所说:“这是一个能让孩子们快乐欢笑的品牌。”



温馨提示:位于金博大4F的BIT'Z专柜很少参加商场促销活动,尤其是柜内的配饰,比如长颈鹿背包、动感靴子,令小朋友们爱不释手。此次店庆,新款冬装将参与“满99元返60元礼券”活动,时尚辣妈不容错过。

家电品牌之SIEMENS

关键词:产品第一

SIEMENS(西门子)电器一直秉承“产品第一”的品牌理念,认为产品是品牌与消费者发生联系的物质基础和接触点。作为一个技术专家,西门子首先从产品开始了它的品牌行为。

当全球家电巨头在中国掀起新一轮建厂热潮时,西门子则顺势启动了“双品牌”策略——“博世”与“西门子”。2006年11月底,博世品牌的洗衣机和冰箱首先在上海亮相。和西门子一样,它也把目光瞄准高端市场,而且价格与西门子品牌的产品相差无几。西门子相关负责人曾表示:“西门子冰箱、洗衣机高端品牌的形象已深入人心,但它过分强调科技的个性使其显得有些缺乏温情,并有可能因此而流失一部分消费者。在这种情况下,我们需要再推出一个品牌来进一步拓展高端市场。而西门子家电目前的盈利状况使我们具备了这种能力。”为了让两个品牌充分竞争,“博世”被塑造造成对消费者充满体贴与关爱的温暖使者,以弥补西门子“冷冰冰”的感觉。“红色的承诺,激情与关爱”成了“博世”的广告语。

温馨提示:店庆期间,西门子专柜将全线参与“满999元返300元礼券”活动,或“消费满1000元收500元礼券”,全年最大力度,仅此一次。

