

## TOP生活 | 时尚圈

## “单身女性要对自己狠一点”

资深红娘芦大姐助您“剩者为王”  
芦大姐热线:13938581175



希望家长对单身子女多一份理解

前不久,一部由舒淇、彭于晏、潘虹、金士杰等主演的电影《剩者为王》引起了不少都市单身女性的共鸣。影片反映了当下社会婚恋问题与现代都市人的内心,引导每一个观众去探究要如何在逼婚父母与周遭人怪异的眼神中安放自己的心。这无疑是一部有质感有口碑的文艺片,而戏中金士杰饰演的父亲那段希望女儿能得到真正幸福、结一场没有遗憾的婚姻的独白,更是让大家动容。

“如今的中国社会,虽然保留着各种传统,但也在经历快速的变化和发展。就拿年轻人的婚恋观来说,已经和过去有了翻天覆地的变化。”资深红娘芦大姐分析道,“这种变化并不只反映在最基本的择偶标准上,更多的是表现在心态上。年轻人面对亲朋好友的追问、逼婚,往往会出现逆反心理。有的单身者去相亲时,甚至是为了敷衍家长。其实,一次失败的相亲经历,只会加剧对婚恋的恐怖感。所以,希望家长朋友对单身子女多一份理解,在为孩子寻找相亲对象时,一定要慎重。”

## 品牌消息

## 保护乘客隐私 神州专车安全虚拟号上线

近日,神州专车在全国所有上线城市推出安全虚拟号码功能,以后使用神州专车服务,乘客、司机双方通过中间号沟通,无需公开手机号码,从而保护了乘客的隐私。这款服务由阿里通信提供技术支持。乘客下单成功,阿里通信会为乘客与司机生成一个唯一的中间号,乘客在APP内联系司机或司机联系乘客时,双方都会显示该安全虚拟号码,而非真实手机号。该中间号唯一,除乘客与司机外,其他人拨打无

效。服务流程结束后,该号码失效。如果乘客想再联系司机,可通过神州专车客服电话联系。

凭借专业司机专业车辆的差异化运营模式,神州专车获得了消费者的一致认可,在中国消费者报联合三十省市举行的专车服务调查中,神州专车得分91.5,遥遥领先。截至目前,神州专车已经为用户提供1.2亿次安全出行服务。

冉小平

## 光明学生奶献爱孤儿岗小学

3月1日,光明乳业学生奶公司河南办事处一行来到中牟县刁家乡孤儿岗小学,为孩子们捐赠了2万多盒光明学生奶。总经理徐海鸿表示:“光明学生奶快速发展的15年里,我们得到了社会各界的大力支持,滴水之恩当涌泉相报,关爱中小学生学习健康是优秀企业义不容辞的责任。光明乳业今天的捐赠可以说是杯水车薪,微不足道的。我们只希望通过这样的行为,能够

在社会上倡导爱心新风尚,‘多一份爱心,就多一份健康’。”

据了解,光明乳业有着近20年的学生奶推广经验,是首批国家“学生饮用奶计划”定点生产企业,率先建立了国家学生饮用奶奶源基地,每天已有150多万名学生在饮用光明学生奶。光明的目标是,让每个孩子每天都能喝上营养健康的学生奶。 王一品

## 惠仟家生活广场开业

近日,位于郑州市金水区姚寨社区的惠仟家生活广场正式开业,集农副产品销售、综合超市、美食城等便民设施于一体。昔日的老旧市场已然变身为一座功能齐全、业态合理的新型生活广场,可满足周边10万居民的“菜篮子”需求。

据了解,惠仟家生活广场总面积达1万平方米,分为熟食区、禽蛋区、水果区、干货杂粮区、蔬菜区、豆制品区、生鲜肉区、面

点区、水产区等九大分区,并以绿色、红色、蓝色等鲜明的色彩进行区分,一目了然。“为了给市民一个整洁卫生的购物环境,广场特别注重长效管理。8位保洁员除了每天早晚全面打扫之外,还进行全天候巡查,时刻保持地面整洁。”郑州市金水区丰产路办事处相关负责人介绍,除了环境好、品类全,生活广场内的农副产品价格也很“亲民”。 王一品

(上接B05)

## 买黄金珠宝并非为了投资

从春节到情人节再到三八节,黄金珠宝因具有投资、装饰、婚嫁和祝福等多重属性而一直处于畅销状态。“春节前后来买黄金珠宝,大多是为了筹备婚礼或者图个吉利的,购买时通常会考虑投资因素进去;情人节时对戒之类的情侣款金饰比珠宝更畅销;唯独三八节,可谓全面开花,因为前来购物的女性消费者年龄、个性、喜好各不相同,几乎所有款式都会出现热销。最有趣的

是,当女人为自己选择黄金珠宝饰品时,一般不考虑投资因素,她们往往更关注美观时尚、个性化设计等因素。”临近三八节,金鑫珠宝、天成珠宝等珠宝专营店均出现女性顾客增多、客单价提升等现象,商家纷纷表示,“进入春季,随着天气回暖,女人对饰品的需求也有所提高,黄金珠宝首饰必然成了女性消费者的首选,三八节销售会出现一个小高峰,预计销售额将提高三成。”

## 3.8折起,内衣最给力

内衣3.8折起,新款春装7折起,女包女鞋低至5折……从本周五开始,郑州各大商场将推出一系列围绕女性消费者的促销。

三八节正好是春装热卖的关键点,通常商场都会推出本年度新款春装的首波折扣。再加上部分品牌的买赠、满减、积分兑换等活动,消费者此时出手还是相当划算的。

根据以往经验,内衣是三八节折扣力度最大的品类,今年也不例外。在丹尼斯七天地,爱慕、安莉芬、婷美、桑扶兰、康妮雅等品牌携手步入“特卖季”。其中,

原价936元的一套桑扶兰内衣,现价仅需200元。

除了服饰,化妆品也是女人节的重头戏。在丹尼斯百货人民店、大商新玛特金博大店、正道花园百货,香奈儿、雅诗兰黛、兰蔻、Dior、欧舒丹、碧欧泉、兰芝、资生堂等品牌,纷纷亮出买赠活动。比如,3月4日~8日,在兰芝专柜消费满780元,即可获赠兰芝精美7件套及清新波纹化妆包。与此同时,各大品牌还请来资深彩妆师、美容师驻店为女性消费者打造最新、最时尚的春季妆容,并提供贴心的美容护肤指导。

## 线上线下互动营销

女性素来是中国消费市场的主力军,面对“三八妇女节”,各大电商也打出各种名头和口号来拉拢消费者。近日,阿里巴巴和京东又掀起了一场时尚美妆行业的硬仗。一向注重男性市场以数码控形象著称的京东要打造“蝴蝶节”抓“女性营销”,而阿里天猫隔天便抛出“金妆奖”称天猫美妆以69.8%的市场份额继续领先。

连之前一直给外界硬汉形象的京东也放下身段,开始揣摩“女人心”。可见,随着O2O模式竞争不断升级,“女性消费”与

“女性营销”必将成为日后电商的经营重点。

面对电商争食“她经济”,实体零售开始整合资源,打通手机、电脑、线下零售消费新路径。郑州各大百货商场基本都已通过微信平台与VIP会员保持日常互动,不断派发电子优惠券、红包等好礼。在郑州王府井百货、中原万达广场等地购物时,还可以通过微信、支付宝来结账,甚至随机还有买单的机会。

其实,不管线上还是线下,都是为了让女人们过一个多姿多彩的“富”女节。

