邀请(I) 发送文件(L) 网络摄像机(W) 音频(U) 活动(V) 游戏(G) msn
发送至: 1 China

化妆品领舞 南京商业逆“风”飞扬

金融风暴的寒意正在各个行业蔓延，南京商业却逆“风”飞扬。

商战篇

快报记者 唐伟超 摄

化妆品篇

周末，新街口上演了本年度最疯狂的一次商战。借7周年店庆之机，大洋百货打出了“99 送 100”的送券力度，而金鹰商贸集团旗下金鹰新街口店、金鹰天地店、东方商城三店携手联动，以鞋类“300 送 200 券”且礼金券三店通用的力度，开启南京商业的“无边界乐购时代”。不约而同也好，相互较劲也罢，11 月 7 日，新街口商圈被全面引爆，并迅速波及到整个南京商业。化妆品更是一枝独秀，在商场与品牌厂商的合力推动下，销售业绩再创新高，成为此次商战的一个热门。

本周，金鹰化妆品节火爆开场，又是一个艳阳天。风暴之下未见萎靡，利好之前更上层楼。南京商业的顽强与活力让人惊喜不已。本期《锵锵三人行》，为您打开金融风暴边缘南京商战刺激下的热点话题。

主持：快报商业消费周刊（以下简称商业消费）

嘉宾：何俊廷 南京市商贸局副局长

金鹰国际购物中心

大洋百货

知名化妆品品牌经理

商业消费：上周，久违的商战在新街口商圈再次上演，新街口几乎所有的商场都加入了战团。在金融风暴席卷全球的大背景下，南京人的消费热情却被激发出来，释放了让人惊讶的消费能量。作为商业主管部门，怎样看待此次商战？

何俊廷：从商业的规律来看，11 月是商业的淡季，加上今年全球金融危机，无疑会让零售市场雪上加霜，但从上周的新街口商圈来看，人气很足，火爆的程度不亚于黄金周。这说明，消费的意愿是存在的，消费的动力也有，问题是如何激发消费动力？商战是一个最好的突破点。

在全球金融海啸的冲击下，我觉得，这次商战的意义至少有两个方面：一是商战本身带来的经济效益；二是在目前的经济环境下，给商业抵御金融海啸带来的消极影响提供了一个很好的借鉴案例。

商业消费：那么，作为此次新街口商业盛事的主要参与者，金鹰和大洋是怎样谋划这次活动的？

金鹰：此次金鹰集团旗下三家商场联手推出无边界乐购时代活动，给南京的消费者提供了一个前所未有的消费体验，这是南京商业活动新模式的一个尝试。其实，我们很早就希望能开展类似联动的活动，合理有效利用三家店资源。这三家店的形象、定位及产品各有区别，大大地满足了所有人的购买欲望。

大洋：从 7 月份开始，百货业销售已陆续往下降，消费者购买欲望不强烈。我们是想通过大洋周年庆这样的品牌活动，一方面帮助厂商清货、提升商场销售额，另一方面，也是将真正的实惠回馈给消费者。为此，大洋提前两个月就开始了筹划，业务人员下到厂商争取资源，扩大品牌参与面。与此同时，大洋加大了宣传的力度，不仅在现代快报这样的主流媒体投放广告，在室外、地铁等地也布置了活动消息预告。此外，大洋也在芜湖、马鞍山、扬州、镇江等地做了宣传，吸引当地市民来南京购物。其实，此次活动并不是为了挑起商战，也是为了自身生存。

商业消费：销售数据的反应怎样？

金鹰：本次三家店联动开展活动是非常成功的。单纯从销售数据方面，活动期间新街口店、天地店和东方商城店三店销售共计约 5500 万元，顾客满意度整体也较高。

大洋：11 月 7 日，活动第一天的销售额是 3000 万，此后两天均是 4000 万，三天 1.1 亿元，大大超过了预期设想。其实，大洋的周年庆活动不止这三天，紧接着两周是“299 现金送 300 元券”的活动，力度也很大。

商业消费：我们注意到，此次商业盛事中，品牌给了商场前所未有的支持，众多原本并不参加活动的品牌都加入了活动。两家的具体情况是怎样的？

金鹰：品牌在此次活动中的参与程度是比较深入的，因为整合了三家店的品牌资源，使得礼金券三店通用，无形中就使消费者的品牌选择余地放大了三倍，除了极少数品牌不参与之外，大多数品牌都给予了支持，这和金鹰商贸此前和各个品牌良好的合作基础是密不可分的。

大洋：此前的接触中，我们了解到，这个时候，品牌厂商也相当矛盾，一只手是秋冬新品的销售，一只手是毛利，松开哪只手，对于厂商来说都是“割肉”，但是，金融危机的影响在不断深化，货品一旦积压就不能赢得现金流，回笼资金准备明年的生产。认识到这一点后，百家好、VERO MODA、JACK JONES 等以往从来不参加任何活动的品牌都参与到此次活动中来，很多货品都是刚刚上市没多久，就打折促销，其他品牌就更不用说了。

商业消费：我们注意到，在上个周末，化妆品独树一帜，成为最为热门的消费品之一。在金鹰、礼金券三店通用的刺激让化妆品柜台人头攒动，在大洋，化妆品也在周年庆的活动刺激下火爆异常。销售数据反应如何？

金鹰：在目前的南京商场中，金鹰化妆品的品牌结构最为成熟，拥有多个在全国销售榜上前 5 名的品牌柜台。上周，因活动的刺激，让金鹰迎来了化妆品销售的一个高潮，四天时间里，仅金鹰一家店就拿下了 700 多万的销售额。

大洋：上周的店庆，大洋化妆品一线品牌购满 880 元，不仅加送小样还送价值 150 元券的积分，这在以往都是不可思议的。品牌给了我们很大的支持，原计划是同期增长 30%，最终销售业绩表明增长了 70%，比今年十一翻番。

商业消费：目前的化妆品消费有哪些热点和特点？有哪些热门单品？

金鹰：秋冬季节，自然是以保湿、润肤成为主打，各个品牌都有针对性地推广了此类产品。比如兰蔻的塑颜系列以及璀璨香水都取得了不错的销售业绩，尤其是塑颜系列，因为适合秋冬季的皮肤保养，又恰逢大力度的促销，每天的销售量是平时的五六倍。

大洋：11 月换季，也是女人们换护肤品的时候，秋冬滋润护肤品依然是销售主打。男士护肤品、彩妆、香水都有所上涨。其中，男士产品销售上升最快，说明南京男人越来越在乎自己的面子了，而这也日渐成为各大品牌争夺的焦点。

商业消费：11 月 13 日开始，金鹰的化妆品节也拉开了序幕。据我们所知，活动期间将安排多个“品牌日”专场，力度比上周的三店联动还要大，能透露一些细节么？

金鹰：11 月 13 日—11 月 16 日，金鹰的化妆品节如期上演。所有的化妆品品牌均有活动安排，根据不同的消费级别，金鹰给出了最高 50000 积分的奖励，这都是金鹰“自掏腰包”、“真金白银”的促销资源。此外，还联手中国银行，根据不同的消费金额，加赠积分。值得一提的是，活动期间，还安排了雅诗兰黛、Dior、兰蔻、LA MER 四个品牌的“品牌日”专场，每天一个场，每个品牌都为此次化妆品节量身定制了活动资源，金鹰更是给出了 8 倍的积分奖励，这种力度都是空前的，相信又会引发化妆品的一个消费高潮。

商业消费：下面的问题提给兰蔻和雅诗兰黛的两位产品经理。此次，两位所在的品牌均给予了大力的支持，请问二位，是如何看待目前南京的化妆品消费环境的？

兰蔻高档化妆品部华东区销售经理马怡冰：在国内城市中，南京的化妆品消费能量在国内位于前列。可以提供这样的数据加以说明：兰蔻目前在南京有三个专柜，一年的销量额是 7000 万元，这个水平超过广州、深圳，进入全国前 5。金融风暴的两个月，兰蔻在南京的销售业绩仍以 20% 的速度增长，这说明南京人的化妆品消费有很强的粘性。与此同时，在金鹰等商场中，化妆品的品牌结构、产品线已经很完善，这给化妆品品牌提供了一个不错的品牌环境。

雅诗兰黛华东区客户主管徐艳：13 日的“品牌日”专场，我们雅诗兰黛打头炮，两个小时销售就突破了 50 万，我们准备的专场优惠套盒被一抢而空，在这种经济形势下，南京人还有这么强的消费能力让我们感到惊喜。虽然我们每年投入的广告宣传并不多，一年之中的 VIP 专场也只有三到四场，但雅诗兰黛在金鹰的柜台一年销量就能达到 3000 万，销售额的完成就是靠平时的积累，这说明南京人消费化妆品有着很高的品牌忠诚度。

商业消费：在您看来，此次由化妆品领衔的消费热潮，对南京人的时尚消费有怎样的积极意义？

兰蔻高档化妆品部华东区销售经理马怡冰：有这样一个规律：要想知道一个商场的时尚消费水平如何，第一要看的就是商场一楼的化妆品品牌。这也说明了化妆品消费在时尚消费中所占的地位。

在金融风暴席卷全球的大背景下，各个行业都受到了影响，化妆品也不例外。这个时候通过促销活动刺激消费者购买，既是品牌和商家联手渡过难关的策略，也是消费者一个不错的购买时机。毕竟，要比平时不进行促销活动省去不少花费，品牌联手商家，对南京人的时尚消费将推波助澜。我相信，像南京这样力度的活动只是一个开始，其他城市也会仿效。

山西路百货大楼 The Shanxi Lu Department Store
活动时间 11月14日起
寒风起呵护家人时 暖衣节价廉货光鲜
山百超实惠，敢比各商家!!!
穿着类商品 满200减100现金券 满400减200现金券
缤纷好鞋，抢鞋纷至沓来 白丽、森达山百专场特卖会80元起；；欧腾休闲鞋大型热卖会80元起；木林森、公牛巨人5.5折；花花公子男鞋7折；
冬秋女装，寒天照常美丽 斯尔丽08新款满300减80；米兰登邹分买一赠一；雅姿羊绒衫7-9折；个性化冬款样衣，展卖（每款独此一件），劲草50-400元；独角戏100-400元，段奴儿100元；
羊毛羊绒，一冬温情漾溢 羊绒全场满500减100；保暖内衣特惠25-168元；一楼羊毛混纺特惠50-180元；海尔曼斯07款4.5折，羊绒5折；梦特娇羊毛T恤78元；
绅士男装，阳刚火爆上市 一楼特卖场九牧王西裤棉裤100元起，鳄鱼龙95元起，鳄鱼48元起；；三楼报司登羽绒服07款8折，款款满百送现金并赠秋冬被，雅鹿、梅鹤、红豆款款7折；雅戈尔西服原价2480/现价780；花花公子棉裤原价968/现价198；沙驰毛衣原价1280/现价200；七匹狼服饰买一赠一；
双休日购物 即有好礼相送 (11.15-16单张发票满100元以上凭礼品券领礼)
满100-200 送护手霜
满200-400 送微波三件套
满400-600 送棉拖鞋
满600-800 送运动挎包或保温杯
满800-1000 送洗发水或中号收纳箱
满1000-2000 送大号收纳箱
2000以上 送收纳箱三件套
罗莱家纺08年山百大型专场促销2-5折 (11.15-12.4) 品种：婚庆大套件、礼盒四件套、被类系列、枕芯系列、床垫系列、靠垫类……
[火爆热销品牌联手惠赛] 神神家纺：特级蚕丝、二合一被，1斤-3斤，原价2358/现价1179，一级蚕丝被，原价1516/现价647；上海德杰：羽绒被特惠698元，十孔羊毛被特惠199；
埃迪家纺：印花四件套，原价930/现价465；上海凤凰系列毛毯：全场9折；
梦兰磨毛四件套原价798/现价498；大森林：七孔被80元，床垫35元；；枫城充绒3.8折；
卓越百货化妆品金秋特卖会，购物满280、580、880……赠礼值好礼，兰蔻、倩碧、雅歌系等倍惠无限
喜大喜80华诞：“华诞专惠”全部货品一口价再直减20%；部分K金类/精致类/足金K类一口价再直减10%；铂金类一口价再直减15%；足金K类：条件类货品，工费直减30%；非条件类货品，工费直减10%（11.30止）
明牌钻石饰品在7.5折基础上，满1000减100，满2000减200。就此类推。并送送精美礼品（11.15止）

苏宁环球 300 送 300 打造完美秋冬

苏宁环球本周即将促销力度全面升级，11 月 13 日–23 日，全场男女鞋、男女装、儿童商品、床上用品当日现金消费累计满 300 元送 300 元礼品券，多买多赠。VIP 顾客可以 85 元购买 100 元运动休闲礼包券，相当于全面 85 折，普通顾客以 88 元购买，相当于 88 折。活动期间女士尊享，三楼女装购满 100 元团赠“天使造型”折扣券。

E–LAND、Roem、TeenieWeenie 等品牌本次全面参加运动休闲礼包券的换购活动，最新的 08 秋冬时尚让你即时可享 85 折。而满 300 送 300 的活动除了全场男女鞋、男女正装外，还汇集了艾格、ES、艾格周末、HUM、普普风、BABYFOX、FUBU 等时尚休闲品牌。此外，周末三天苏宁环球还组织了雪莲、万邦、雪域牧神等名品羊绒开展户外大型促销，全部货品 3–5 折，有空不妨去淘一淘。计划在下个月圣诞出游的你，此时也可以开始选购户外装备了。苏宁环球六楼的 NORTH–FACE、NORTHLAND、奥卡索、哥伦比亚、日高等，全面参加运动休闲礼包券换购活动。同时，部分特惠货品限量发售，NORTHLAND 部分 7–8 折，部分 LOWA 鞋 6–7 折；日高部分货品 5–7 折。在此，苏宁环球提醒您，专业户外商品都具有专业的科技制作标准，你要按需选购。高科技含量是户外品牌执着的追求，也是这些生命力所在。

国家博物馆永久珍藏千年翠钻天价艺术品

11月 12 日下午 3 时，在位于北京的中国航空科技大厦新闻发布大厅里，由知名珠宝品牌千年翠钻悉心打造的金钻典藏版“嫦娥一号”珠宝工艺品，惊艳现身现场。

我国官方 12 日下午在北京向全球正式发布中国首颗月球探测卫星“嫦娥一号”拍摄制作的月球全图。与此同时，还有一件极其珍贵的金钻典藏版“嫦娥一号”月球探测卫星珠宝模型。据悉，这正是由知名珠宝品牌千年翠钻珠宝倾力打造的珠宝艺术品。

历时三个月汇聚顶尖技术

历时半年的时间，途经数十个省市精心打造的金钻典藏版“嫦娥一号”珠宝工艺卫星模型，结束其全国巡展，正式赠送给中国探月工程。金钻典藏版“嫦娥一号”是 2007 年我国发射的月球探测卫星“嫦娥一号”的同比例缩小珠宝艺术品模型，制作全过程均为纯手工操作，耗时 80 余天。

业内唯一获得制作资质

据了解，千年翠钻是业内唯一一家获得授权制作金钻典藏版“嫦娥一号”的珠宝企业，此次千年翠钻斥巨资打造这一艺术品，表明中国珠宝产业正在逐步从“中国制造”走向“中国创造”。

千年翠钻珠宝集团总裁助理凌亮先生（左一），与国防科工委月球探测工程中心胡浩主任在金钻典藏版“嫦娥一号”献赠现场

“优衣库”即将进驻中央商场

11 月 21 日，UNIQLO（优衣库）将进驻中央商场 5 楼，看来，“百搭”这个时尚理念也将在这个秋冬季更加风行。UNIQLO 的设计现代、简约自然。同时，U–NIQLO 也以高品质而著称于世。通过全球采购链在世界范围内采购优质面料加上严格的生产管理、品质管理，内外结合，保证将安全以及高品质的商品带给消费者，使消费者能够享受到真正优质服装所带来的喜悦和满足。

UNIQLO 的商品非常丰富，包括男装、女装和童装。丰富的款式和颜色令任何年龄的消费者都能挑选到适合自己的商品。品牌在东京、纽约、米兰建立了自己的设计中心，使全球店铺的商品同步，让世界各国的消费者能够在同一时间领略到新商品的魅力。11 月 21 日，中央商场 5 楼，让我们与 U–NIQLO 不见不散。

苏宁银河 VIP 节盛大回馈仅剩最后三天

苏宁银河冬季 VIP 狂购节满 400 送 500，达到累积积分 VIP 会员可直接领取 60—200 元的感恩礼券；本年度的最后一次 VIP 节也仅剩三天。据苏宁银河的负责人介绍，截止到昨天，已经有 3 万多名 VIP 会员前来领取价值 60—200 元的感恩礼券，7 位幸运顾客赢取了顶级法国拉斐尔梅洛干红，4 张价值 680 元的羽·泉南京演唱会门票也及时交到顾客手中。

本周末满 400 送 500 的大力度返券活动，品牌参与率高达 80%以上，冬款占较大比重。即日起至本周日特别隆重推出雅呵雅场内大型促销，满 100 减 20 元现金，购物送好礼，震撼全城。满 580 元送 5 件套 + 收纳袋 + 洁肤油，满 880 元送 5 件套 + 收纳袋 + 润肤水，满 1280 元送 5 件套 +收纳袋 + 润肤水 + 旅行箱 +洁面乳。赠品齐全为止。

现金消费满 5000 元办理钻石卡，满 2000 元办理白金卡，满 500 元办理琉金卡。更多的消费者享受到身为会员的特权，凭苏宁银河钻石卡，享受广发银行信用卡金卡办理“绿色通道”。截止到昨天，近 500 余人加入了苏宁银河的 VIP 行列，而这样的超值礼遇仅剩三天！ 闵添

大众书局 POPULAR BOOK STORE 好书尽在大众书局 www.dazs.com cn/www.zhulang.com
2008/ 11/7—12/7
我和你，心连心
——大众书局首届餐餐会员月
YOU AND ME ,WE ARE THE ONE
会员三重礼遇
未即送：活动期间，大众书局会员凭有效会员卡即送5元现金书券
买再送：活动期间，大众书局南京书城店会员购书9折后现金消费满98元送10元书券，第二次现金消费满98元送15元现金书券，特价书、团购不同时享受
积分换礼：即日起至12月31日，大众书局会员凭卡内积分兑换书香好礼
一元风暴
活动期间，凡在大众书局南京书城店一次性现金消费满68元，加1元现金即领取价值10元的华夏文化典藏书系、中国传统文化经典文库任一本；满1000元，加1元现金即领取价值200元的中国传统文化经典文库（全套20本）中任一套，领完为止，特价书不重复享受
【时尚畅销榜】
【人文社科榜】
【职场进升榜】
【温馨教育榜】
【艺术修养榜】