

幸福女人

3.8节美丽特刊

happy woman

女性成时尚先行者

近十年来,随着国内商业进入Shopping Mall时代,时尚流行的购物体验方式成为被消费者所接受的普遍消费方式。而在这种转变之中,女性消费者成为接受最为迅速的一部分群体。“随着中国女性接受高等教育和就业的机会增多,她们的消费习惯产生了重大变化。尤其是在城市,女性享有更大的经济独立性和消费选择,她们不仅可以决定如何花自己的钱,还对如何支出家庭收入有着很大的影响力。

中国时尚从产生发展到现在经历十几年,其中高速发展的近五年来,包括女装服饰、箱包、珠宝女表、美容整形、时尚餐饮等一系列围绕着女性展开的行业发展都尤为迅速。相比其他商业细分行业的增长明显,女性社会地位提高以及收入普遍增长是这种消费力强有力的支撑。

在国内时尚行业转变升级向国际快速靠拢追赶的几年中,男性消费一直处缓慢增长状态。这与中国男性长久以来养成的消费习惯有关,同时也有社会因素,男性群体主要以事业、家庭为核心压力,在消费观念上较为固执、太过理性,冲动消费、情感消费并没有形成,较多的还是以习惯性消费、日常生活的“刚需消费”为主。并不能支撑时尚产业所需的发展速度。因而在国内特殊的消费环境下,单身消费、家庭消费中,女性就以一个很强的姿态进入,迅速填补时尚消费市场。在中国时尚产业分析中,一部分兼具研究者身份的业内人士认为:国内的时尚消费实际上是时尚女性消费,即使在家庭,消费习惯也由女性主导。房产、家居、汽车、教育等其他行业的决定权也往往是家庭中的女方。因而在各项消费行为中,研究女性消费就显得尤为重要。全国妇联近期调查显示,有78%的已婚女性负责为家庭日常开销和购买衣物做出决定;在购买大额商品时,23%的已婚女性表示她们能做出独立决定,其余的77%女性会与配偶商量后决定,但她们个人好恶仍然会对最终决定产生重大影响。

女性尚消费 大过半边天

在商业越来越繁荣的今天,女性消费成为不可忽视的商业重磅力量。有统计显示,国内商业中,女性消费比重占到总体的六成以上。截止到2012年,国内新增商场女性消费者比重均大大超过男性。女性消费者正成为引领时尚、奢品潮流方向的中国消费的主力军。

消费步入“她”时代

随着济南商业近些年来不断发展,大型商业综合体不断建成。围绕着如何定位、如何运营,各大商家都使出浑身解数招揽生意。但无论如何对商场定位、招商,女性消费者永远是时尚消费的绝对主力。在济南恒隆广场开业之初,其香港领导层就在发布会上指出:“女性消费者占到恒隆广场商业项目消费的七成,整个商场的定位也是按照吸引都市时尚女性来展开的。”

就在2012年一年之内,银座新馆、贵和购物中心南馆相继开业,这其中变化最大的,也是被消费者热议最多的便是时尚品牌大量进入济南。尤其是涉及女性消费的国际一线大牌。菲拉格慕(FERRAGAMO)、杜嘉班纳(DOLCE&GABBANA)等品牌首次入驻济南,给济南市民带来购物新体验。Tod's(托德斯)、巴宝莉(BURBERRY)的开业又将济南的大品牌索引扩大。目前,除少数超高端珠宝、钟表品牌外,济南国际一线大牌基本形成规模。

围绕着如何将女性消费纳入商业运作的轴心上来,国内外早就有相关女性消费报告出炉。近期,安永咨询发表报告:中国未来消费市场很大程度上掌握于女性消费者手中。随着中国社会发展,越来越多的女性进入职场,拥有了更多的个人可支配收入。据调查显示,北京、上海、广州、深圳等8个一线城市的高端女性消费者规模达到167万人,并呈飞跃式发展趋势。高学历、高收入、高消费潜力逐年走高,平均月收入为10000元,家庭年平均收入更是高达40万元。

在高收入、高支出女性群体的扩大中,女性日常时尚消费所占比重就尤为可观。化妆品、服饰、鞋帽箱包、珠宝腕表、瘦身整形、婚纱摄影等相关产业迅速发展。拿济南来说,化妆品、珠宝腕表等行业发展尤其迅速。宝格丽、卡地亚等顶级珠宝腕表厂牌在济南开设专卖,并且销量令商家满意。济南高端商场中,积家、欧米茄、万国、爱马仕等女性款式腕表货品的宽度与深度也与其他中心城市不相上下。在中高端消费这一方面,济南市场围绕着女性做的文章贯穿整个时尚行业。并且将这种影响力延伸到周边城市之中。可以说经过近两年的商业锤炼,济南时尚商业中的女性元素辐射力大大增强。

据各大商场春节、情人节期间统计,外地顾客占到济南年节假期消费的四成,而外地女性消费者更是这其中消费的绝对主力。根据各商场反馈数据,在销售额上统计,大笔消费及消费总量上,过年期间,外地女性消费者甚至占到总体消费额的近一半。

消费进入女性时代,而其中最吸引人的时尚消费,早已变成了“她”消费。因而,如何赚女人的钱,而且赚得让女性消费者和商家都满意,让时尚产业围绕着女性消费这个核心快速健康运作,成为了未来商业汲取不竭发展动力的永动机。

重组记忆拼图,点燃青春热情

春节是辞旧迎新的日子,而在“辞旧”中必然触碰的情感是“怀旧”。《时光擂台》用三部时光机带观众一起穿越,它们是:怀旧明星、时代标兵、年代小屋。

李谷一、崔健,王宏伟、程琳、吉克隽逸、何洁等年代歌手,小香玉、快板书大师梁厚民,山东快书高元均之子等曲艺界大腕儿来到节目现场,用一首歌,一个故事,唤醒一个时代的记忆,也诠释出一个时代的精神。在难忘的岁月里,堆砌我们青春情感高地不仅仅是明星,还有各行各业的时代人物。1980年起,庞中华引领着硬笔书法热潮,几乎中小学生学习人手一本庞中华硬笔书法字帖。上译厂著名配音演员童自荣,仅听声音就能让许多观众感怀青春,更有北京百货大楼售货员张秉贵,生前的“一抓准”绝技和“一团火”的服务精神。

来自建川博物馆的“古董”在舞台上搭成了年代小屋,让观众身临其境地回到过往时代。上世纪70年代的供销合作社里,小至大白兔奶糖,大到“三转一响”,上百种怀旧商品琳琅满目。上世纪80年代的婚房,是许多观众记忆中简陋却温暖的“蜗居”。上世纪90年代发廊里的电影海报是当年的时尚风向标,00年代的健身房已经把我们带回当下,拉力器、跑步机等器械设备代表的不仅是物质生活的进步,也是健康观念的转变。年代小屋一间间切换,像给时光按下了快进键,一些器物从我们生活中消失,而另一些又势不可挡地闯入生活。在社会飞速发展的同时,反观我们在赶路时忽略的旧风景,丢弃的老物件,不禁反问自己:急促的是时光,还是我们?

时光终将逝去,笑点成为泪点

春节,回家。几代人齐聚一堂,虽是血缘至亲,可是时间和经历已经为各自烙下不同

TIPS:中国著名女性时尚街



台北西门町

每个认识的台湾人都会说“不到西门町是永远不知道台北的热闹”。百货公司、电影院、剧场、游乐场相继问世的同时,也带旺了酒楼茶馆,成为下班后寻欢消遣的去处。而隔三岔五在街上举行的商业秀和电视秀,令人无时无刻不在感受着潮流的涌动。台湾南北乡土小吃美味,是西门町的餐饮荟萃。老字号的“美乐园”历经半世纪,是游人趋之若鹜之地。

香港铜锣湾



铜锣湾是香港最著名的流行服饰采购天堂,作为全世界租金第三贵的地段,仅次于美国纽约的第五大道及法国巴黎的香榭丽舍大街。铜锣湾名牌密度之高,让空气里都充斥着名牌的资本芳香。在时代广场连卡佛和崇光百货里,众多顶级名牌都在这里设有分店。当然,更重要的是,最贵的东西和最便宜的东西都可以在这块弹丸之地找到。

杭州武林路

武林路就是女人的街,这句话一点也不假。长不过八百米的武林路,两旁的女装小店构成了女人的天堂。如果说延安路是大女人的购物街,那么武林路就是小女人的购物街。时尚、可爱、精致的商品让年轻女性趋之若鹜。如果你是一个对生活有想法的女人,那么武林路绝对是你到杭州的第一站。

成都春熙路



它是成都的时尚公告牌,一个世纪的商业人气和成都美女都流经这里。从购物的角度看,春熙路最迷人的地方就是其商业业态非常丰富,不仅拥有大型商场,还有众多精品专卖店,价格从高到低一应俱全。各家百年老店与太平洋百货、王府井和伊藤洋华堂等百货新贵交相辉映。

重庆解放碑

“到解放碑打望美女”是了解重庆的必经阶段。这条光影交错的时尚大街上,随时可遇见重庆女子,在叫人眼花缭乱的各色广告招牌间滋养着人的眼球。解放碑既时尚亦有层次,到了夜晚,在解放碑不夜城的迪厅,总有倾城之色在迷离灯光下扭动健康的身姿,让你不禁随之起舞,感受山城的热烈。

央视《时光擂台》引发怀旧热潮:是时光在策划

“点击年代记忆,登录时光擂台。”中央电视台CCTV-12法制频道打造的2013春节特别节目《时光擂台》以怀旧为底色,再现70、80、90、00四个时代的社会生活史,用连续七天的“时光穿越”,为观众带来了回忆、共鸣、欢笑、感动。



的印记。《时光擂台》用年代故事拉近彼此,几代人互相了解各自的经历,一起缅怀共同的往事。

结欢随过隙,怀旧益沾巾。在爆笑的年代大比拼中,观众找到那种久违的简单幸福和快乐,却也难免伤怀。网友在微博中写道:“刚看了《时光擂台》,听到那熟悉的歌声悠悠地飘出来的时候,心里似乎被什么给揪了一下。岁月是把杀猪刀,刀刀催人老啊!”节目里演唱的不只是歌曲,而是许多人的真实生活……

怀念之余,也有观众开始反思,今天的孩子们,物质的极大丰富,却没有触碰经典的机会。以前的幸福很简单,而现在呢?如果说央视春晚是丰盛的年夜饭,那《时光擂台》则是一杯香浓温暖的“麦乳精”,我们一边享受着那记忆中的味道,正如一位观众在微博中写到:《时光擂台》的魅力来自时光的力量,情感的力量。