

· 圣诞点灯速递 ·

东方新天地变装迎圣诞



一年一度的圣诞节即将来临,东方新天地换上炫彩新装,不仅商场内外装饰一新,圣诞气氛浓郁,而且缤纷活动也竞相上演,与顾客共享欢悦圣诞。不同于以往,今年东方新天地将圣诞树装扮在临近长安街的大型音乐喷泉之上,在众多可爱天使的簇拥下,一棵高达10米的焕彩圣诞树格外引人注目。

“私人定制”舞台剧进悠唐



悠唐打造的第一季“私人定制”现场舞台剧于近日拉开大幕。北京商报记者走访看到,当天活动现场笑料不断,聚集了众多消费者观看。据了解,除幽默的舞台剧外,悠唐圣诞主题的亮灯仪式也正式启动。在一层中庭内,高大的圣诞树以及装置艺术点亮商场每个角落,营造出悠唐“梦幻仙境”。

自由女神Hello Kitty现身天津大悦城



圣诞节即将来临,天津大悦城与Hello Kitty邀请消费者开启“环游世界80天”之旅。为了满足Kitty粉丝们的情,天津大悦城特别与SANRIO公司携手打造全球惟一的自由女神Hello Kitty。据了解,此款Hello Kitty高8米,重约5吨,是全球首个自由女神Hello Kitty。

三里屯“爱心”点亮圣诞季



近日,三里屯太古里携手金羽翼基金举办了“爱·分享Sharing is Caring”为主题的圣诞点灯仪式。据太古地产市场策划副总监曹丽介绍,消费者在现场购买由金羽翼基金的孩子绘画印制的明信片并写上祝福,活动结束后将把写有祝福的卡片连同明信片销售的部分收入一并返还给孩子们。北京商报记者 刘宇/文 王悦/摄

苏宁“爱购”节沸腾全城

“双12”临近,这个特殊的日子由于和“要爱要爱”谐音,因此也成为商家掘金的大好时机。

继去年成功举办“世纪之爱”主题促销活动之后,今年“双12”北京苏宁将继续以“爱”为促销主线核心,推出以“够爱·购High”为主题的促销活动,旗下各主力门店和线上苏宁易购自12月12日起将开展为期四天的让利狂欢。

据了解,今年,苏宁特别推出多款惊爆机型、信贷消费三零分期、全城价保等多重让利举措,为不同需求的消费者制定别具一格的让利方案,同时也为消费者提供一个独特的“示爱”机会。

据了解,“双12”期间线上苏宁易购再度推出

“疯抢云券”活动,同时联合国内外家电、3C、母婴、美妆、图书、商旅等各大品类知名品牌商斥资数亿元全面引爆年终网购低价大战,家电品类再次打出“5折”杀手锏;苏宁红孩子百万母婴产品“全场2折起”,向母婴网购假冒伪劣、暴利等行为全面宣战;图书品类20万种图书全场4.9折封顶。同时,已入驻苏宁云台的包含服装、皮具箱包、钟表首饰、运动户外、汽车用品等数千商户也将推出全场5折抢购活动。

同时,苏宁线下门店在产品货源、促销资源、宣传推广、物流配送等方面也已提前做好筹备。依托平台采购优势,北京苏宁线上线下将协同发力,覆

盖空调、彩电、冰洗、厨卫、3C等全品类数万款市场主流畅销商品,优惠力度更胜于前。

从折扣力度来看,12月12日当天,苏宁将集中巨额让利资源在线上线下两个渠道集中释放,每个品类都将推出至少10款主流畅销产品将价格降到新低。如一款1P定速空调限量仅售1499元,一款6公斤波轮洗衣机限量仅售699元,一款知名品牌多门冰箱限量仅售3399元,一款日系知名品牌单反人气王则降至惊人的4899元,此外有29元的加湿器、279元的微波炉、99元的电磁炉等众多爆款机型限量抢购。另外,此前曾有价无市的“土豪金”版iPhone 5S,苏宁也

将拿出部分库存以5188元的价格限量抢购。

此外,12月12日-15日,苏宁还将联合步瀛斋、恒源祥、同升和、威戈、燕京、贵州大曲、好丽友等十多家云台商户在联想桥超级店外摆出年货大集,包括零食酒类、鞋袜内衣、户外用品、箱包等30多种在苏宁易购旺销的产品将在线下集中展销,各品牌还将带来专属优惠活动,准备置办年货的消费者可以提前出手。

在主推“大爱无价”的同时,苏宁还将为您的大爱承保。顾客于12月12日-15日期间到北京苏宁购物可享受价保服务,如遇竞争对手低价,凭发票经核实后即可享差价返还。

北京商报综合报道

屈臣氏内地店铺超1600家



在有消息质疑“长和系”将从国内撤资的时候,和记黄埔集团旗下的全球最大保健及美容产品连锁品牌——屈臣氏正在加速内地扩张。日前,屈臣氏中国宣布,截至11月底,屈臣氏内地店铺数量已超过1600家,到2016年底,内地店铺数量将有望达到3000家。

据了解,已开设的1600家店铺分布在290多个城市,较今年7月公布的1500家店铺有明显增长,每天基本新开一家。

屈臣氏表示,未来屈臣氏会将终端下沉,开拓更多消费潜力的三四线城市,这也是屈臣氏2014年最为重心的战略部署。在其看来,满足消费者需求是屈臣氏永远前进的驱动力,而正是更多消费者需求,推动着其将新的店面扩张大旗指向了内地广阔的三四线城市。

其实,自1989年进入内地市场以来,屈臣氏在内地一二线城市的覆盖已趋完善。从内地整体环境来说,中产阶级的扩大以及城镇化战略,也为屈

臣氏的三四线城市下沉战略提供了巨大发展机遇。

此外,屈臣氏在坚持实体店是消费体验中心的同时,也没有忽视网购风潮产生的冲击。目前,屈臣氏已有天猫旗舰店、官网商城、掌上网店等电商布局,近期又进驻京东和亚马逊,使实体店与电商双线并行、共同发展。

据悉,屈臣氏官网商城的各种产品将全面延续实体店中安全、高质量的优势,实时同步促销、优惠信息,确保线上线下同价。

屈臣氏表示,对中国经济前景非常乐观,对国内消费潜力信心十足,未来三年将是屈臣氏在中国高速发展阶段。

北京商报综合报道

蓝色港湾灯光节开幕

12月6日蓝色港湾第六届灯光节盛大开幕。据悉,今年灯光节充分将灯光、音乐、建筑相结合,灯光景观面积达13万平方米。

灯光景观中,中央广场上以“星际的礼物”命名的大型灯光景观,由闪闪发光的穹顶覆盖着数十个能量

块儿、能量球、飞船共同组成,如同空降的礼物带给大家喜庆和欢乐。此外,水晶阶梯、摩天轮、巨型礼物盒、极光隧道等灯光景观一一呈现,让人耳目一新。

除了璀璨夺目的灯光景观外,众多新进时尚品牌也让蓝色港湾的

多元业态更为完善。GAP、LILY、Mind Bridge、汤城小厨、韩时烤肉等,从时尚潮品到餐饮美食,蓝色港湾将实现业态联动,最大限度发挥聚客能力。灯光节期间,蓝色港湾联手各品牌推出了年终回馈活动。此届灯光节将历时85天,至明年2月底结束。

优衣库线上活动人数破2万

由国际著名休闲服品牌UNIQLO优衣库主办的2013网络征集活动BEST U自11月1日正式上线以来,在短短一个多月时间里参与人数即将突破2万人。BEST U活动是今年优衣库全新打造的网络在线活动,由11月1日启动至12月28日结

束,结合了优衣库秋冬季的主打商品高级轻型羽绒系列和摇粒绒系列商品进行推广。现在的活动官网上呈现了来自中国内地、香港、台湾,乃至海外优星人创作的风格各异的最优短片打造专属的最优风格。

此外,优衣库5位品牌代言人孙

俪、陈坤、奚梦瑶、董荷斌、侯宏澜也亲身参与活动,选择最能代表自己的最优色,用短片表达自己最爱的优衣库风格。优衣库将为第2万名参与活动的用户送上惊喜大礼包——20件摇粒绒系列商品。

北京商报综合报道