

· 资讯 ·

众大牌推SKP周年庆限量产品

11月10日-20日,北京SKP迎来步入国际高端百货行业的第十年。此次为迎合“绽放SKP”——北京SKP十周年庆典主题,不仅有来自国际各大品牌的设计师就SKP LOGO主色调进行全新演绎,而且还为消费者策划了多重消费回馈活动。

值得一提的是,此次北京SKP十周年的店庆回馈活动涉及品类丰富,除了国际顶级奢侈品、家用电器、儿童商品外,于近期重新开业的二层男装区也经过全面升级,参与了本次活动。另外,众多品牌还为北京SKP独家打造了周年限量产品,并于北京SKP十周年店庆期间正式发售。

时尚是一种生活态度,北京SKP秉持自己的时尚态度,并将这种时尚态度传递给每一位消费者。十年蜕变,优雅绽放,北京SKP透过十周年店庆礼遇,传递对每一位消费者的诚挚感谢,未来北京SKP将持续引领时尚潮流和时尚生活态度。

天下女人国际论坛登陆山西

11月5日,天下女人国际论坛——山西分论坛在山西太原富力铂尔曼酒店华丽启幕。本次论坛由天下女人研究院主办,一和女子(北京)文化传播有限公司承办,山西杏花村汾酒集团有限责任公司联合主办。杨澜、于丹、李静、水皮、陶思璇等嘉宾和数百位中国各界精英女性汇聚一堂,共话“变革的时代 她与他的力量”。

据悉,天下女人国际论坛,其实是天下“财富”论坛,女性是家庭财富的管理者,本身更是珍贵的财富。另外,阳光媒体集团主席杨澜发表了以“幸福力与女性终生成长”为主题的演讲。在她看来,幸福力是一种力量,也是一种能力。女性给自己的生活加上了限制才难以获得幸福,未来希望中国的女性应该拥有更广阔的视野,共同分享感知,进而促进女性的健康发展。

栏目主持人:白杨

高端男装借智能腕表救市

国际一线奢侈品牌Armani也早于10月25日推出Hybrid Smartwatch EA Connected系列混合型腕表。由此可见,经济大环境迟缓下的奢侈品牌,频频涉足智能穿戴产业,或想要抓紧“时间”自救业绩低潮,但业内人士表示,智能穿戴产业对功能性、实用性要求高,消费人群有限,奢侈品牌押宝智能腕表,实现业绩升温恐难如愿。

高端男装瞄准智能腕表发力

德国奢侈品牌HugoBoss联合瑞士著名钟表品牌Movado和惠普于11月初推出名为HugoBossSmartClassic的混合型智能腕表。该腕表保留了带有HugoBoss品牌风格的传统腕表外观,但同时具有对人体进行健康追踪、每日运动步数监测、手机提醒等智能功能。值得注意的是,奢侈品牌涉足智能腕表领域现象已经屡见不鲜。

除了HugoBoss联合表商及科技公司推出智能腕表外,国际一线奢侈品牌Giorgio Armani旗下副线品牌Emporio Armani也早于10月25日正式推出公司首批混合型智能腕表Hybrid Smartwatch EA Connected系列。

市场基数整体下滑

近几年,随着市场消费升级以及消费者消费意识的转变,智能穿戴市场在大环境下逐步发展成热门

德国奢侈品牌HugoBoss日前发布了一款HugoBossSmartClassic的混合型智能腕表。该智能腕表将传统表盘设计与智能应用相结合,具有款式设计多、续航能力强的特点。



消费板块,智能腕表虽然成为消费者关注的对象,但智能腕表并不是刚需产品,存在一定的消费局限性,市场发展前景难言。

据北京商报记者查阅智能腕表市场分析报告后了解到,智能穿戴产业2014年开始兴起,并于2015年实现市场增容,虽然在2016年上半年市场表现除了1-2月有明显的差距外整体趋于平稳,但整体基数却出现下滑现象。据ZDC互联网调研

中心数据显示,2016年智能腕表品牌数量出现迅速下滑现象,而二季度美国智能科技公司苹果发布数款Apple Watch表带作为卖点为智能腕表市场博取关注度。并且就目前而言,Apple Watch凭借其智能功能多样化,其智能手机产品iPhone的紧密联系以及品牌具有的时尚属性成为消费者追捧对象外,其余运动、商务定位等智能腕表始终难以打破关注人群过于小众的困境。

智能腕表难成主流

中国钟表网欧洲事务总经理康威凯对此表示,智能腕表作为第三方应用运用载体,依赖移动网络支持,始终不能独立使用。而智能腕表自带的运动管理、健康管理、手机附件及事件提醒等功能对于大众诉求没有足够的吸引力;智能腕表电池续航周期短造成消费者习惯复杂化;昂贵的产品价格导致年轻消费人群流失以及智能腕表缺乏可传承性等因素,都对智能腕表市场产生干扰。

康威凯还表示,未来智能腕表市场能否成为主流消费产业,取决于智能腕表是否能打破固有形态,实现真正满足大众诉求的便捷智能。而奢侈品牌发力智能腕表市场,想要在众多专业智能腕表品牌中占领市场份额、推动业绩扭转,是一件极具挑战的事情。

北京商报记者 刘一博 武媛媛

躁动的年代
喧嚣的世界
保持内心的平静
静静地读一份报纸

六大平台为客户提供全方位服务

内容平台 / 互联网营销平台 / 活动营销平台 / 研究平台 / 评选平台 / 促销平台

■ 国内刊号: CN11-0104 ■ 国内发行代号: 1-110 ■ 订阅电话: 4006301663 84277008 ■ 零售定价: 1.80元/张