

# 卡地亚德基精品店奢华开幕

# 26天进账600多万 奢侈品南京热卖

近日,享有“皇帝的珠宝商,珠宝商的皇帝”声誉的全球顶级奢华品牌卡地亚,在德基广场举办了一场华美盛典以庆祝其南京精品店开幕,现场总价高达1.4亿的珍贵珠宝令南京市民大开眼界。卡地亚华东区总经理简雅汶表示,金融海啸下,卡地亚在南京丝毫没有感觉到寒意,南京消费者奢侈品消费潜力大大超过预想。记者打听到,自2008年12月16日开幕至2009年1月10日正式开业,不到一个月的时间里,卡地亚德基精品店已经进账600多万。而接下来,卡地亚在南京还有继续升级、扩张的计划。

## 30位保安“镇守” 1.4亿珠宝

据了解,为庆祝德基全新精品店开幕,卡地亚总价高达1.4亿的珍贵珠宝从国外被空运到南京,这其中包含有包含兰花、猎豹、蓝气球等多个系列的经典珠宝及腕表杰作,有一枚价值5800多万的全美钻戒,钻石总重达24.04克拉;而另一枚2100多万的10.19克拉梨形切割钻戒,则与梁朝伟向刘嘉玲求婚所用钻戒款式相似。在现场模特的演绎下,钻石散发出夺目的光芒,卡地亚精湛的切割和镶嵌工艺也彰显无遗。记者了解到,为了保护这1.4亿珠宝的安全,卡地亚不仅为它们上了高额保险,

现场还派出30位保安人员全面“镇守”。

## 312万钻饰扮靓“粉丝”袁泉

作为特别嘉宾,香港影星张智霖及实力女星袁泉应邀来宁出席开幕庆典。他们俩自曝都是卡地亚的“忠实粉丝”。张智霖刚入演艺圈买给自己的第一份礼物就是卡地亚Tank手表,此后便有了收集卡地亚手表、珠宝的习惯。叹服于卡地亚精湛工艺与独特设计理念的袁泉则更是“现身说法”——胸口佩戴着438颗钻石组成的兰花项链,手上戴着450颗钻石组成的兰花戒指,耳朵上佩戴着总重约6.02克拉的531颗钻石打造而成的耳环。这一套行头总

价高达312万。据说,兰花项链花瓣上每颗钻石的大小、净度都严格要求保持一致,镶嵌工人要在20颗顶级钻石中才能挑中一颗,然后再花上一个月甚至更长的时间手工镶嵌完成。

## 南京人的奢侈品消费力巨大

记者了解到,此次开幕的卡地亚德基精品店近三百平方米,是江苏第一家精品店,比上海恒隆广场店还要大。虽然目前金融海啸不断深化,对高端消费产生很大冲击,但卡地亚华东区总经理简雅汶丝毫没有感受到金融危机带来的“威胁”。“早在三年前,卡地亚便已在南京金陵国际购物中心设有卡地亚特约零

售商店,售有卡地亚腕表和配饰精品,它的销售业绩目前在整个华东区是第一名。”简雅汶表示,“德基精品店试营业到今天开业的销售成绩也大大超出我们的预想,南京奢侈品消费的潜力巨大!”记者打听到,当前卡地亚金鹰店每月的业绩平稳保持在三四百万元,而德基精品店从试营业到正式开幕的26天里,已经进账600多万元。

奢侈品消费力巨大的南京人,在奢侈品选择与购买上有着自己的特点。“南京的消费者比较慢热,不追逐特别潮流的珠宝,而是喜欢卡地亚经典系列,那种不张扬、具有历史文化韵味的珠宝尤其受南京消费者欢迎。”

快报记者 史丽君

今年5月1日开馆

## 江宁织造府欲借“红楼大餐”盈利

今年5月1日,江宁织造府将正式对外开放,届时,1984年出土的文物将在江宁织造府一一展现。昨天下午,南京市召开新闻发布会,南京市文化局副局长谢山表示,这是个民营博物馆,政府将鼓励和支持它,不过,如何“造血”,还得靠企业自己。

《红楼梦》的原型就是清代的江宁织造府,关于这座府邸昔日的繁华胜景,后人们只能从《红楼梦》的描述中追忆和想象,因为《红楼梦》,江宁织造府从诞生至今,关注度一直很高。虽说是博物馆,但至今馆内还没有一件文物,这让市民很好奇,江宁织造府会拿出什么来让大家一饱眼福?南京市文物局文物处处长衣志强说,20多年前,南京市博物馆的考古队员曾经在这个遗址上进行了考古发掘,当时发现了100件文物,这些文物都可以拿来展陈。同时,南京云锦博物馆、南京博物院云锦也可以“借”来一用。

记者了解到,1984年8月,南京市博物馆考古队对今江宁织造府遗址进行了考古发掘,他们在地表下1.4米深处发现有黄蜡、“雍正年制”残瓷片以及胭脂红、蓝靛色、深绿色、中绿色和草绿色染料,同时还有一些玲珑剔透的太湖石和一整套完整的假山石基以及部分木桩残迹,还有龙纹瓦当、青花瓷片、行酒令用的箸等。虽然已经出土了20多年,但这些文物至今还没有正式拿出来展览过。

“如果要使得它运转,每年要投入2000万元。它是一个民营博物馆,政府不投入一分钱,怎么养活它,是个问题。”江宁织造府博物馆馆长徐湖平对记者说。

徐湖平同时表示,在全国,靠展览收入维持运营的博物馆,除了秦兵马俑博物馆和故宫之外,可以说找不到第三家。如果没有政府投入,那么商业开发是必由之路。“将来博物馆门票肯定是要收的,而且将在二楼、三楼设置成红楼宴,每一道菜名都要和红楼梦有关,还要讲出它的典故。”关于红楼宴,徐湖平已经到全国各地走访了一圈,心中有了自己的想法,“手笔不能小,也许会要上万元餐。但不是人人都能吃的,要打造精英文化,皇家文化。吃完饭,可以让相关人员画个梅兰竹菊,盖上江宁织造府博物馆的纪念章,然后再看一场昆曲,让你觉得文化大餐很值。”

不过,至于将来的门票是多少?这样的延伸开发是否合理?相关负责人表示,门票还是要企业自己说了算,物价部门会给出一个参考意见。

同时,对于网络上议论纷纷的“假古董”一说,南京市文化局副局长谢山表示,这是博物馆,当初决定在“西花园”的遗址上建江宁织造府也是经江苏省文物局批准的,博物馆如何建都不是问题,不存在假古董的说法。

快报记者 胡玉梅

## 楼市销量再现反弹 双休日认购量超600套

快报讯(记者 尹晓波)“这两天终于开张了,双休日两天认购了5套。”秦淮区某楼盘销售总监长吁了一口气。与之相印证的是,官方网站显示双休日每天的商品住房认购量都超过了300套。业内人士认为,双休日楼市的销量坚挺,与元月之后执行到位的新政有关,但根本原因还是来自低价促销。

“南京网上房地产”数据显示,南京市商品住房10日认购339套、成交37套,11日认购308套、成交66套(截止到昨天17点30分),一反上上周日均认购量不到150套的冷清。网上房地产人士表示,双休两天超过300套的日认购量,也是今年元旦以来南京楼市单日认购量最高的两天。

从销售情况来看,这两天认购量的冲高,主要与一些楼盘新推房源低价销售的发力有关,比如仙林亚东城昨天一天认购套数就达到148套之多,该楼盘59—79平方米的户型受到市场追捧,其精装修的销售价便宜的也就7000元/平方米左右。

对于楼市认购逐渐升温的现象,业内人士认为,这说明价格依然是促进销售的关键因素,而密集出台的新政也在一定程度上影响了买房人的心理预期,因此,开发商应看准时机继续低价出招。



## 爱心圆梦

昨天,由江苏团省委,江苏省希望工程办公室等单位联合发起的“希望2009”江苏希望工程大型迎新祝福公益活动在南京举行,活动面向全省1011个经济薄弱村在校学生和城镇家庭贫困的青少年征集了2009个新年愿望,将写有新年愿望的纸条挂在气球上,在现场飘动,通过拍卖,认捐的形式,圆困难地区孩子的一个新年愿望。一次次的举牌,一次次的感动,涌动着爱的暖流。

快报记者 决波 摄

## 放心食品

## 千余种农产品后天亮相国展

快报讯(通讯员 储健 记者 夏天)如今哪些东西能吃,哪些东西不能吃?已成为老百姓关注的民生话题。记者昨天在南京市农林局召开的新闻通气会上获悉,南京目前通过认定的无公害产地已达到206.5万亩,占全市可食用农产品生产面积的75.1%。

很多老百姓表示,他们根本买不到这些放心农产品。对此,农林局相关人士对此表示,自14日即本周起,他们将无公害产地生产的1000多个优质农产品搬到国展中心,举办为期一周的“2009年迎新春美食嘉

年华暨第八届南京春节食品交易会”。据悉,这些产品大都通过无公害、绿色和有机食品的“三品”认证。而价格上也相当的实惠,如这次推出的“八福通财”年货大礼包有乌嘴鸭、苏尔洋羊小腿和石湫肉等8个品种,价格只有168元;14个品种的“幸福美满”大礼包也就288元。

引人关注的是,通气会上农林局还首次向市民公开承诺,凡是在他们组织的展销会上购买的产品有质量问题,保证无条件退货,若确实需要赔偿的,农林局保证先行赔付。

## 节前消费市场火爆, 新百双休日销售突破3500万

子去丑来,新街口商圈风云再起,石城百货业“年货惠战”全面打响,南京新百凭借“满88送200”的贺岁大餐脱颖而出,创下双休日销售突破3500万的骄人佳绩。

喜庆的大红灯笼、红火的中国结、欢腾的锦鲤,张灯结彩的南京新年年味浓郁,人如潮涌。新百副总经理朱爱华介绍说:“浓墨重彩是中国年的韵味,即便在全球金融危机的背景下,国人也不会在全年货品买卖上‘捂钱包’。这次‘满88送200’的活动力度远超过圣诞、元旦,目的是通过厂家、商家联手让利以拉动内需,激活市场、回馈市民,是南京新百感恩消费者的贺岁红包。”

笔者在新百店内看到,“满88送200”活动的品牌参与度和优惠力度堪称空前。劲草、沙驰、百丽、艾格、罗德罗兰等国内外知名品牌全部参加活动,礼卡卡全额接收,接近4.7折的低价实惠让拎满大包小包的顾客欲罢不能。在新百一楼总台,“外地顾客购物赠礼金”

活动受到排队领取礼金券的周边城市消费者交口称赞,可以预见,随着南京1小时都市圈的快速发展,中华第一商圈的辐射前景将更为广阔,新百得天独厚的地利优势将更加凸显。

新百企划部负责人告诉笔者:元月12日是“满88送200”活动的最后1天,届时会有更多时尚品牌加推超值礼品或额外优惠;13日起,在贺岁劲减基础上推出中奖率为100%的“福牛贺岁”大抽奖更是将大手笔进行到底,新百将通过牛年贺岁金条、礼品工具箱、真空保温杯、纳福大礼包等丰厚奖品给消费者送去新年的福气和惊喜。



## 洋河上榜 2008 年度中国营销创新大奖

12月,“2008年度中国企业营销创新奖”在北京揭晓,超过350家国内知名企业参加颁奖典礼。江苏唯一入选的洋河酒厂与海尔、联想、VISA、王老吉、康佳、浦发银行等十家企业同获08年度中国营销创新大奖。

作为此次获奖的唯一白酒企业,洋河酒厂受到营销界业内的格外关注,其核心品牌洋河蓝色经典在全国白酒市场已经掀起了一场蓝色风暴。

### 引领苏酒板块新崛起

洋河酒厂连续六年销售增长率超过50%,甚至一度

超过100%,截至2008年11月,该厂提前51天完成全年销售任务,其中蓝色经典单品销售继续保持了前几年的高速增长,创造了白酒单品快速成长的神话。

以“蓝色经典”为代表的江苏新白酒形象,有效地克服了江苏白酒品牌老化的现象,不仅在当期获得了相当的市场份额和经济效益,也极大地拓宽了企业以及洋河品牌的未来发展道路。

### 开创蓝色“绵柔型”新标准

通过对江苏省内4325人次的“目标消费者口味测试”和2315名消费者的

“饮后舒适度”进行了综合分析,发现“饮时舒畅、饮后舒适、不口干、不上头”的白酒成为消费者新的需求,白酒消费已由“吃香”向“吃味”转变。

洋河敏感地抓住了这一变化,率先提出了“绵柔型”白酒概念,并于2003年向市场推出蓝色经典系列产品。在传统工艺的基础上,洋河对原料筛选、工艺参数、接送酒技巧、储存方法、勾兑技术等方面大幅度创新和提升,确立了“绵柔型”独特风格流派。

### “洋河模式”打造全新营销

最近10年,餐饮渠道

成为白酒消费,尤其是中高档白酒消费的主战场。终端制胜被广大白酒企业所推崇。

在此背景下,洋河基于盘中盘模式开创了“1+1”全新的营销模式,致力于营造良好市场氛围和稳定市场秩序。“1+1”营销模式的创新在于,厂商双方“市场共建,优势互补,整合双方优势资源。”

洋河酒厂持续的产品创新,营销创新及品牌保鲜意识以及由此而逐渐形成的企业创新文化成为推动企业继续快速发展的深层原动力。

## “柴油动力”时代的开拓者 ——瑞风商务柴油化技高一筹

近日获悉,柴油瑞风瑞鹰新品高调亮相广州车展。此次力推的柴油瑞风,

更具备使用成本价值以及节能环保特性,必将借助江淮已经成型的良好市场基

础,顺利导入华南市场。据南京苏物瑞风瑞鹰4S店的经理表示,江淮瑞风连续

多年蝉联MPV销量冠军,在用车需求量的华南市场已经积累了不少老用户和良好口碑,必将成为未来国内MPV和SUV的优秀代表,拥有更为广阔的市场空间。”江淮热线:025-86980000