

波司登羽绒服业务双十一线上零售额破 15 亿元



11月12日晚,波司登公布了双十一销售数据:集团羽绒服业务线上零售金额同比增长35%以上,主品牌波司登线上零售金额同比增长25%以上的升幅,连续两年位居国内服饰

品牌首。

据官方数据显示,双十一活动期间,波司登天猫旗舰店10月21日单日销售额首小时就突破了本土服饰男装、女装双行榜的首位,全渠道销售额突破9亿元。此后,在后续的周期内依然稳居本土服饰品牌销售冠军宝座。在服饰品牌天猫销售榜单中位居行业第二。截至11月11日23时59分,波司登品牌天猫销售额突破15亿元,品牌天猫销售金额突破1000万。

波司登获取如此亮眼的成绩,离不开他们对消费者喜好的关注与对市场的深刻洞察。通过对喜好的消费洞察,推出爆款系列以及设计师合作系列等

一系列时尚又高质量的羽绒服,对波司登有了全新的认知,也为波司登双十一在本土品牌中销售夺冠迈出重要一步。

如何让羽绒服与时尚完美融合?在持续提升羽绒服保暖性的前提下,波司登改变了传统羽绒服臃肿的特点,以不断创新的设计与制作工艺,重新定义羽绒服时尚。

今年,波司登再次联手高端服饰“新一代羽绒服”系列,发布会当天,线上直播2小时内就有75.96万的观众观看直播,观看波司登最新推出的设计佳品。由杨嘉、陈伟强代言的新一代羽绒服,包括巴黎紫、大量蓝及经典海军蓝系列产品。这个系列的产品在高端设计的基础上,融入了鱼骨领、海军元素和格纹设计,将时尚与羽绒的概念完美结合。

“一衣两穿”撞色设计与简洁干练等高端廓形设计风格,结合波司登独特的真充绒制作工艺,完全满足了消费者对于羽绒服时尚又品牌的诉求,也让波司登时尚化的设计形象

更深入人心。本次大秀携手当红明星及KOL带货,相关话题在新浪微博阅读量达3亿,推动了波司登品牌知名度再提升,并通过充值设计、艺术气息的秀场与产品强化了消费者对品牌新形象的认识,也推动了品牌持续升级。

波司登的每一件羽绒服都至少经过42道工序,150道工序和检测环节测试。同时,波司登还专注于面料、羽绒、工艺、辅料和生产工艺的升级。高规格设计的新一代羽绒服系列采用了具有防风、防雨性能的纳米抗菌面料,努力为消费者生产数量最优、做工最好的羽绒服,以此物的工艺获得消费者的青睐。

无论是产品品质,还是设计外观,波司登都始终“以人为本”,推出让消费者满意的的产品。这也让越来越多的消费者对波司登的“羽绒服专家”认知更加深刻,也让波司登逐渐成为了消费者心中的首选。很多款式在双十一预售开启后就迅速售罄。(朱佳范)

报喜鸟,打造今冬男士必备时尚短款羽绒服!

告别了轻暖肥大,羽绒服早已不是时尚的天敌!在寒冷的冬季,短羽绒服提供更多搭配选择,既显瘦更有型。

那么羽绒服怎么选?羽绒服的轻盈柔软度是棉花的2.8倍,羊毛的2.2倍,由于空气的传导系数低,因此在几种天然纤维材料中,羽绒服具备最好的保暖性。羽绒服的蓬松系数越高保暖度越好,而一般普通羽绒服的蓬松系数只在300-500之间。本季报喜鸟冬季羽绒服,精选羽绒小,蓬松大的优质鸭绒,蓬松系数达到700以上,鸭绒弹性足,气味小,结合全新的工艺和进口面料,打造今冬男士必备的时尚短款羽绒服!

进口防钻绒生产技术,高度安全的防钻绒性,特殊25D超细纤维高密40x英寸的绝缘面料,有效防止羽绒从面料的纤维缝中钻出,并兼

采用高支细布,相富细腻,穿着更轻盈舒适。

短、平、软是这款羽绒服给人的第一印象,整体采用粗纺羊毛面料,在寒冷也能保持温暖触感。结合无缝工艺制作,穿着舒适轻盈,简约大气款式结合小面积白色LOGO印花元素进行点缀,增加休闲感。购买体验请到苏州人民商场4F,让这个冬天既有温度又有风度。(陈洁)



“苏州市姑苏区苏面传习所”正式成立

日前,以薛晓方理事长、华锦涛为副理事长及白伦、蔡广辉、李欣、杨林、杨日华等5位理事为主的苏面传习所正式成立。传习所特聘薛晓方为苏面传习所高级指导老师。

苏式面点不仅是江南地区民族历史经典文化的象征,更是苏州老一辈手艺人匠心精神的延续。历经数代传承人的保护与发展,成为了中华优秀饮食文化不可或缺的一部分,同时也是中外游客到苏州旅游必须打卡尝到的一种让人流连忘返的“口福文化”,“苏州堂食”与苏州的“非遗文化”(古典园林)、“耳

福文化”(昆曲评弹)及“益寿早茶文化”(苏绣)齐力形成了苏州文化的一非靓丽名片。

而随着苏州历史文化名城的发展,分别已有评弹昆曲传习所、益寿早茶馆等等老字号的名片,但是在百姓饮食文化中却始终没有一家专业传习苏式面点技艺文化的场所。因此,本堂弘扬苏州美食文化精神,秉承传统,激励今人,尊重非遗,扶持创业,后起有人的精神,苏面传习所的建立,不仅让广大市民及外地游客可以到传习所了解苏式面的历史沿革与发展轨迹,通过室内线上的视听课

真正体验到“苏州市非物质文化遗产”的面点制作技术与艺术。

苏面传习所向有关部门递交了申请材料后,得到了主管单位姑苏区教育体育和文化旅游委员会、双塔街道“薛晓方”工作室、姑苏区民政和卫生健康局的关心与大力支持。

经过全体理事数月的努力,及主管单位的仔细指导和认真研讨论,终于在今年10月上旬,姑苏区民政局核准颁发民办非企业单位证书,“苏州市姑苏区苏面传习所”正式成立。(全明)

歌莉娅颗粒绒外套,不只是好看!

羊毛颗粒绒,在2020年冬季国际秀场,出场率同比增长26%。毛茸茸的颗粒绒外套,又暖又美,谁不爱?模特爱不释手,捧出了经典,玩出年轻时尚的新花样!

今年歌莉娅颗粒绒大衣,不只是好看,还大有内涵。颗粒绒是温暖的羊毛制品,属于羊型呢的一种,把羊毛加工成颗粒状肌理,扁扁到挺挺的颗粒绒覆盖布上,穿着轻盈舒适。

有皮毛一样的高贵典雅,却在穿着舒适度,更具人道和亲和精神。配饰包括小巧包包、口红、手机,出了新款带上,以为光靠皮毛是不够的。

羊皮机工艺,人手编制,结合性和收口更细腻,紧密、平整,成就精致的舒适美感。

惠州粒羊毛立立体格纹肌理,再以人手高品级颗粒绒,呈现浮雕层次感,配上亮丝、水钻,打造独特小奢华。

在经典上玩出花样,是对我们设计师最大的热情!短款的利落俏皮,长款的温柔淑女,深色系中带一点趣味,更多选择,总有一款的心头好,谁能拒绝这份毛茸茸的魅力!购买请到苏州人民商场3F歌莉娅专柜。

(王宇)



鑫震源的“三高”店——独墅湖店



鑫震源的中层人员告知:“在鑫震源管理者的眼中,独墅湖店是一个‘三高’店,即三高:客人的受教育程度高,收入高,对我们的产品要求高。”

为了真正了解独墅湖店的运营情况,探求这“三高”所带来的变化,笔者于近日专门走访了该店。

鑫震源独墅湖店位于独墅湖邻里中心负一楼,与菜场和多家知名小吃店相邻,就餐环境不错。据店长介绍,独墅湖店是高客区、科创区、生物制药区、商务区,年轻人多,

主要客源是这些企业的上班族,比较稳定。

今天是周六,我们来到的是上午十点左右,可以容纳五十人左右的堂食厅已基本坐满。据店长介绍,此时并非高峰期,高峰期时客人的用餐时间很短,对我们的出品速度也是一个考验。

据介绍,笔者发现他们的出品速度和点餐速度确实比其他店快,而且有条理。再看客人点的餐,点过鸡爪、酱猪蹄、面拖排骨的客人不少,看来他们今天不忙,是来享受的。

鑫震源在苏州已经经营了27年,他们的坚守给苏州的食客带来了美味,他们又在社会进步、食客要求的变化时努力改变自己,提升服务品质,让客人满意。

该店的地址是:独墅湖邻里中心邻里中心B1F-17,联系电话:13812574111,营业时间:8:00-21:00。

周边交通:地铁2号线2号出口;公交115、170、176、1021、1022、1026路。

(肖佳)

苏州移动助力高铁新城吾悦广场盛大开业

近日,苏州高铁新城吾悦广场盛大开业,苏州移动为本次开业仪式提供全程通信保障服务。

苏州高铁新城吾悦广场位于独城大道和震太路交叉口,拥有34万方体量,是当前独城单体最大的商业综合体。打造集运动健身、休闲购物、美食街区为一体的高品质体验式购物中心。开业当日,商场打通的由343块三角形玻璃组成的“城市孔雀”,8800平方米的玻璃幕墙,落差28米的梦幻瀑布,空中水景商业长廊为商场多个特色网红打卡点吸引了一大批市民游客前来。

在接到本次保障需求后,苏州移动第一时间响应,立即启动重大活动保障模式。

考虑到开业当日商场人流量大,苏州移动提前部署,对商场及周边进行重点扩容和优化。“我们的网络优化人员和工程人员共同制定硬件扩容方案,工程人员连续多天加班开通新建三分区,网络优化人员通宵对周边站点进行软件、开通应急通信车,并对三分区进行系统性能测试,在开业前累计扩容开通86个小区,充分保障了信号覆盖及容量。”苏州移动网络优化人员表示,为保障现场网络的稳定运行,苏州移动保障团队在开业当日早早到场,全程驻守现场,前后端协同作战,前台人员对接活动现场小区进行实时测试,保障现场和网络良好,后台人员通过实时监控调整均衡,保障小区用户均衡,双管齐下,全力保障开业期间网络畅通。

“我在验证了一天,移动信号满格的,上网速度也非常快,完全不会担心网络问题。”前来参加开业活动的李女士说,活动从当日早8点至晚11点,持续近15个小时,期间网络性能平稳,用户体验和网络良好,高效助力了高铁新城吾悦广场开业活动。

(朱来)