

原料国外“空运”国内“灌装” 进口化妆品“生”在中国

记者 沈娟娟

很“法国”的包装,很“洋气”的名字……如果你逛过省城的一些化妆品专卖店或者专柜,很可能你就会看到满眼的“国外品牌”。

但近日一位跟妆师向记者爆料,除了国际一线品牌外,多数化妆品都不是“生”在外国,而是产自中国,不仅如此,就因为起了个洋气的名字,国产化妆品的“身价”也比普通品牌高出一大截。

洋化妆品产自广州等地

昨天下午,四牌楼屈臣氏卖场。

“这是法国的牌子。”里美品牌销售人员见记者在专柜前停留,忙向记者推荐。真的是法国产的吗?销售人员听到记者的质疑,向记者解释,事实上这款品牌只是原料来自于法国,在广州分装。

记者调查发现,在化妆品行业,这些傍“洋名”的品牌不在少数。在一名业内人士的指引下,记者登录中华人民共和国国家工商行政管理总局商标局网站为这些品牌“验明正身”。

“法国品牌”卡姿兰的注册人为唐炎

城,注册地址在广州市海珠区赤岗西二街15号1504,注册时间是2004年9月13日。而听上去还以为是日本品牌的“丸美marubi”,注册人为“广州佳禾化妆品制造有限公司”,注册地址在广州广汕路郭家山柯木壟工业区内。

昨日,记者电话咨询了里美化妆品的生产厂家深圳市维真化妆品有限公司,当听到记者询问是否是法国品牌时,一罗姓工作人员先是笑着告诉记者“有部分原料是从法国进口的”,接着又以自己不太熟悉产品原料为由挂断了电话。

国产品牌为何“斗不过”洋鬼子

“总感觉国外的品牌质量上比较信得过。”白领小金一直青睐国外护肤品牌,像她一样的消费者还有不少。

不过,在安徽大学工商管理学院教授朱云鹏看来,“当别人在包装上下功夫时,只有用精美的外观向消费者透露自己的高品质,否则肯定卖不掉。”

用朱云鹏的话说,“企业不做会死,做了也不一定会赢。”她分析,国内化妆品不

会营销和宣传,而且有些劣质化妆品向消费者传递不安全的信息,消费者对国内品牌信任度下降,所以国产品牌大多喜欢“傍洋品牌”。

中山大学岭南学院副教授牛鸿认为,现在国内的不少产品质量已经不输给国外同类产品了,但品牌还在输。国内的国产品牌没有树立起来,这就直接造成外国品牌的吃香,“这是最关键的、结构性的原因!”

这个8月“有点贵”

工业品、居民消费价格一片“涨”声

星报讯(记者 刘甜甜) 去小餐馆吃饭,发现换一次菜谱,价格就涨几块钱;去菜市场买菜,总是感觉菜价不便宜……昨天,合肥市政府发布的8月份经济运行情况数据中,都能看到“涨价”的影子。

昨天下午,合肥市政府新闻发言人高晓光,向记者发布了8月份该市经济运行情况。“总体来看,8月份各项主要经济指标保持高位运行,发展态势总体良好,全社会固定资产投资3038亿元,同比增长22.4%。居民消费需求旺盛,全市社会消费品零售总额88亿元,增长近两成。”

对于老百姓普遍感觉的“这个8月有点贵”,高晓光分析认为,“8月份,城市居民消费价格同比上涨5.5%,涨幅较上月收窄1.5个百分点,连续两个月涨幅回落。纵观1-8月,城市居民消费价格上涨为6.3%。”而且,工业品价格都在涨:8月份,工业生产者出厂价格同比上涨4.7%,生产者购进价格同比上涨8.2%,1-8月预计工业生产者出厂价格和购进价格同比分别上涨40%、90%。生产价格都在涨,消费品价格咋能便宜呢?

进入金秋,2011年也只剩下不到4个月时间了。在余下的时间里,合肥市还有哪些大事要做呢?对此,高晓光也介绍说,大招商、大建设势头不减,接下来合肥市的工作重点还是狠抓用地保障,大力度清理闲置和低效用地,对“批而未用”的土地进行调整使用,以保证急需开工项目用地。

另外,高晓光还透露,对于区划调整带来的一些改变,合肥市委、市政府还将在工业发展、招商引资、园区建设、基础设施、新农村建设、民生工程、水环境治理等方面出台一系列政策措施,促进巢湖、庐江、合肥巢湖经开区经济、社会快速发展。



郁眼线膏
ng Eyeliner

百大商业大厦华丽转身,刮起时尚旋风 13周年感恩回馈,江淮轿车开回家

曾经,作为合肥西南门户的“重镇”,南七在合肥的历史上一直以农郊接合部的身份演绎着它的故事,但自从1996年9月26日,落户于金寨路和望江路交会处的商业大厦正式加入合肥商业龙头——百大集团,也意味着南七开始了新的旅程。

13年来,商业大厦依托百大集团的规模优势,迅猛发展起来,成为合肥南区的商业地标。这个月,百大商业大厦即将迎来13周岁的生日。它在走完了人生的一个轮回之后,在“合肥南区商业门户”新征程的第一年,不仅交出了一份傲人的成绩单,还华丽地来了个时尚大变身。

地利人和: 矗立西南门户新地标

13年后的今天,以百大商业大厦为中心,周围二三里地距离为半径,这一片区域,发展成合肥商界除四牌楼商圈外的次商圈。而百大商业大厦,作为西南门户唯一一家综合性百货商场,它也被贴上了西南门户新地标的的全新标签。

成熟的商圈需要什么?地利加人和。百大商业大厦作为商圈的夺目焦点,它完全拥有这两个优势。

地利:南七的优越地理位置开辟了南七新的历史之路,坐拥四通八达的路网干道,高架贯通后,从南边的肥西、经开区往市中心方向,南七是必经之路。曾经的农郊接合部如今已是车水马龙、灯红酒绿的一派繁荣

之景。南七商圈骄傲地覆盖了整个西南片区,经开、政务、蜀山区甚至肥西。百大商业大厦,因为无可比拟的交通优势,成为这一带居民的购物首选场所。

人和:南七,不但有电力公司、化三院、合力叉车、轴承厂,还有中科大、安大、安建工等高校。随着合肥城市化进程的不断深入,南七已经成长为合肥较成熟的人群聚居区,南七附近的社区居民、高校学生理所当然地成为商业大厦的“忠实粉丝”。

“市里有的品牌,这儿都有,何必挤着公交车往市中心奔呢,这里的交通绝对比市里更通畅。”商业大厦的忠实消费者黄女士笑着告诉记者。的确,百大商业大厦,历经13年的成长历史,它的内涵和市中心商场一直保持着高度一致。而在这儿购物,你更不必担心餐饮、娱乐的事儿,出了大厦,庐州太太、金满楼海鲜城等中高档餐饮让你吃得好吃;KTV、电玩城等休闲场所让你过足了瘾;逛商场累了,就去上岛咖啡等休闲场所和朋友高谈阔论。

百大商业大厦一面专注于自身的布局调整、品牌升级及购物环境改造,努力为消费者提供一个放心的购物场所,同时与周边的餐饮娱乐业协同发展,形成互动,让消费者在这里也能享受到与大型购物中心同样逍遥自在的快乐。

化蛹成蝶: 蜕变完美时尚新天地

现在你去逛商业大厦,它的变化一定会让你尖叫。原先它只是矗立在合肥南门的百货“大佬”,现在,它依托整个集团规模发展、错位经营的优势,重整旗鼓,带着一股让你无法抗拒的闯劲跃进了你的生活。

这座大厦,就在不久前,投资近千万元的改造资金,仿若化蛹成蝶,完美蜕变成了时尚新天地。可能你已经习惯了它的每一次蜕变,但这次,绝对让你惊艳。

走进商业大厦,你可看见,商场的顶上,一盏盏圆形节能灯一字排开;转角处,暗暗印着花纹的楼层指示牌悬挂在醒目的地方;卖场内,突然间似乎多了一抹抹跳跃的元素,刺激着你的眼球。

在一楼,你可能觉得似曾相识,与市中心的几大商场品牌雷同,但是种类更齐全的黄金珠宝,让商业大厦西南门户的“黄金重镇”地位更加牢固;奔向四楼,让年轻人和酷爱时尚和户外运动的消费者雀跃不已。2800平米的空间面积,有2500平米都是休闲运动,杰克琼斯、卡宾等时尚潮流品牌让人眼前一亮。探路者、NORTHLAND、KALAS等知名户外品牌让人迫不及待地想投入大自然怀抱。

“这次变身,商场引进了近30多个穿着类的知名品牌,从鞋子Tata到淑女女装,从时尚休闲杰克琼斯到户外运动探路者等,从婴幼儿的丽婴房到大童的名牌童装,消费者的

选择余地大大增加了。”百大商业大厦营运部负责人向记者介绍。

展翅飞翔: 播撒感恩、回馈消费者

地利人和有了,也完美蜕变大换新颜了,今天,百大商业大厦13周年店庆活动正式开启。13年风雨路,在西南片区消费者的鼎力支持下,百大商业大厦行进的路越来越畅通。吃水不忘挖井人,商业大厦自然不会辜负对它寄予厚望的老顾客。

“对这个商场来说,任何一个节假日都没有店庆时候的优惠力度大,所以,我们的店庆日就是感恩消费者的时候。”该负责人告诉记者。

据了解,9月16日至26日的活动期间,来百大商业大厦消费的顾客就有可能开走江淮悦悦轿车一辆哦。一楼的珠宝专柜,第二届珠宝文化节今天正式开幕,老凤祥百万克拉钻全国巡展合肥站,向合肥市民展示3克拉莲花钻的盛世天工,还有老凤祥千万翡翠一同耀眼整座大厦。另外,黄金、铂金开启以旧换新工作,工费全免哦(本金工费全免,外金工费减半)。当然,其他的每一种商品、每一种品牌,在这十天里都会力度空前的倾情回馈新老顾客。所以,你还等什么,现在就去百大商业大厦吧!

9月16日至26日,每天都让你抱着惊喜回家。

叶娟