更高端 更安全 更时尚

国际大牌入驻刺激化妆品消费升级

文/图 刘亚杰

夏日的午后，墨菲换上便装，从聊城开发区的一栋写字楼走出来。难得有点闲暇时间，她启动汽车，把目的地设在金鼎购物中心。喝一杯星巴克咖啡，选一款心仪的迪奥彩妆，工作中的压力顿时烟消云散。

“其实，我以前对化妆品的要求并不高，能凑合用就行，但迪奥的入驻让我彻底改变了看法。”墨菲说，从无到有是一个过程，从有到优又是一个过程，走过了青葱的学生时代，熬过了初出茅庐的艰辛，已过而立之年的自己确实需要重新确立一下消费观了。

“这不仅是消费观念的变化，更是一种对生活的态度。”在墨菲看来，在经济条件允许的情况下，勇敢地追求自己喜欢的东西，才能更加热爱生活。

7月13日上午，金鼎购物中心一楼的迪奥柜台前人来人往，无论是学生还是职业女性经过此地时都会停下脚步，体验一下这法式的浪漫。

“一分价钱一分货。”迪奥的忠实会员小雨说。如今需要经常戴口罩，口罩的边缘会刺激皮肤，导致皮肤比较敏感，对化妆品的要求变得比较高，尽管会贵一些，但像迪奥这样更环保、更绿色的化妆品是最佳选择。

在金鼎购物中心一楼化妆品区，笔者注意到，随着迪奥的入驻，各化妆品品牌的高端产品成为消费者青睐的对象。因这些高端产品紧跟潮流、更安全，消费者并不会过多地在意它们的价格。

“消费者更侧重于购买高端、功效性的品牌产品。”工作人员介绍，消费者的购买能力在逐步提升，高端及功效性化妆品的成分及技术更容易被他们认同，因此，高端美妆的销量大幅增长。与此同时，男士化妆品的销量也逐步提升，“他”经济越来越受到关注。

根据调查，在国民可支配收入不断增加以及审美意识增强、关注高颜值等因素的驱动下，国内化妆品的销量继续攀升，预计2023年市场规模将突破5000亿元。多元化和高质量的产品将继续占领消费市场。

特写

一抹“67岁”的经典红

在水城时尚圈，迪奥如一个落入凡间的仙子，瞬间点燃了爱美人士的消费热情。迪奥，从一个名字到一个时尚王国，很多人都惊叹于它的发展。在渐渐熟悉了它之后，你会发现，迪奥不仅在努力装扮世界，还在创造美的世界。

回看历史，1935年，克里斯汀·迪奥经历了一段非常黑暗的时光，有时候得从报纸上登载的小广告中寻找工作机会，还经常露宿街头，饥一顿，饱一顿，尽管如此，他始终没有被击垮。一天，一位时装界的朋友建议克里斯汀·迪奥画一些时装设计图，他照着做了，不料却大受欢迎，迪奥的传奇故事也从此开始。

如今，迪奥的品牌范围除了高级时装，还拓展到化妆品、皮草、针织衫、内衣、珠宝及鞋等领域，不断尝试、不断创新，还始终保持着优雅的风格和品位。

迪奥999，这支“67岁”的口红成为大家再熟悉不过的经典。自1947年新风貌革命掀起时，红色就被运用于高级成衣，屡次出现在DIOR迪奥的时装秀场。这抹可见范围内的最艳之色是迪奥先生在进行设计时不可或缺的色彩元素。1953年，DIOR迪奥烈艳蓝金唇膏诞生，开启了不可思议的色彩传奇。

“迪奥999就像包包里的LV，质量、外观、实用度等平分秋色，没有硬伤。”这是众人对迪奥999的评价。最朴实的赞美胜过无数次华丽的外宣，如今，迪奥999已经列入全球必买的十二种口红榜单，也成为明星们的心头之爱。

“饱和度、明亮度、冷暖调都适中，经过验证，尤其适合黄皮肤，显白！”有人这样评价迪奥999，涂上它，美得就像是港剧里的女星，能经受住时光的考验。 刘亚杰

消费者在迪奥柜台前选购口红

迪奥男士香水系列产品

迪奥口红系列产品

百大金鼎“晚间购”活动丰富多彩

百大金鼎“晚间购”点燃水城夜经济

文/图 刘亚杰

“疫情防控形势依然严峻，这个周末我们一家不想出远门了，来百大金鼎逛逛也不孬！”7月12日晚，陈先生一家选择到金鼎购物中心5楼欢聚。

吃饭、看电影、购物、健身，陈先生一家享受着难得的休闲时光，幸福的味道油然而生。

自7月8日“晚间购”活动开展以来，每到18点之后，百大金鼎就迎来了一天当中最热闹的时光。笔者了解到，为进一步刺激消费，满足消费者的多样化需求，百大金鼎结合夏日特点推出了“激爽夏凉节·晚间购”活动。夏品鞋类最低3—5折，时尚男女装最低6—7折。18点以后，消费者到金鼎商厦和金鼎购物中心两个店消费，还会获得丰厚礼品。周末期间，凡是在金鼎购物中心购物满500元的消费者，都可以获得50元的美食券。

“我们的化妆品特惠礼盒最高直降800元，部分彩妆品牌买一赠一，箱包最低2.5折，斐乐品牌商品部分7.5折，美食城更是优惠多多。”百大金鼎工作人员介绍，这次夏凉节活动在内容和形式上都有创新，优惠力度也少见。

“越来越年轻，越来越时尚，越来越迎合消费需求。”在消费者郑先生看来，家门口的百大金鼎越来越成为市民理想中的夏日休闲胜地。

短评

小细节里见真情

“9时30分营业，请稍等片刻。”7月13日一早，在金鼎购物中心西门口，工作人员耐心地说。商场还差10分钟正式营业，一排小板凳整齐地排列在大门一侧，在等待的时间，消费者可以拿个小板凳，坐下来聊天休息。百大金鼎小小的贴心举动，赢得了消费者的赞许。

“有时候来得比较早，只能干站着，有了小板凳，大家等待时就不会那么急躁了。”在金鼎购物中心门口，消费者李明说。

服务大提升，环境大改善，商品大变样，自今年3月份以来，百大金鼎以崭新的购物环境迎接水城消费者，满足不同消费群体的多样化需求。

商场门口的防滑地垫，商场内随处可见的休息区，随手可取的一次性纸杯，精心布置的绿化景观，免费清洗黄金、免费维修名表、免费美容护理、免费擦鞋修鞋……百大金鼎已将细致入微的服务渗透到了各个方面。

开开心心地来，舒舒服服地走，百大金鼎“一切为了顾客满意”的服务理念，有了更多内涵。 刘亚杰