

底价销售 公场直通车以不变对万变

公场直通车老总继揭穿行业底牌之后,开口谈盈利



继国庆长假之后,为了促进销售,在年底以前增加业绩,眼镜行业“价格割喉战”再次上演。不少老牌传统眼镜连锁店不惜抛出“99元、66元特价眼镜”、“买一送一”、“全场低至3折”等低价促销措施……成都市场上只有公场直通车眼镜超市仍还在“按兵不动”。为什么不改变销售策略,只提“平价”?其总经理程军勇面对行业的封杀和消费者的疑问不慌不忙:“我们的策略就是平价,我们以不变应对同行的万变,相信消费者不会拒绝平价,而我们也同样保持了盈利,这就已经达到了我们的初衷——双赢。”

价格不变 薄利多销照样盈利

据程军勇透露,虽然公场直通车眼镜超市不屑于干那些“抬高原价再打折的伎俩”,坚持在价格上“一步到位,绝无噱头”,但是,在这场“平价革命”背后却早已吹响了商战的号角,且供货商也加入到“反平价”的队伍中……

自称“已经一眼把中国眼镜产业看到底”的程军勇,以近乎无礼的方



公场直通车眼镜超市大型卖场内人头攒动

式挑衅传统眼镜行业,看上去很不可思议。程军勇为什么放着舍大钱而顾小钱?“他懂得规模与成本的控制艺术。与高毛利低盈利率相比,薄利多销其实更赚钱。”某眼镜店负责人告诉记者,眼镜产品是一个更新速度非常快的产品,趋潮流化消费大造就了“款式一过时,眼镜价格马上往下掉”的现象。

“说穿了,传统眼镜行与平价眼镜店的经营模式并无实质区别。”程军勇告诉记者,眼镜行销售的产品往往都是部分赚人气,部分赚口碑,部分赚利

润。“相对具有可比性的镜架品牌或许是以成本价销售,但不显眼的镜片其实隐藏更丰厚的利润。即便是同品牌同款镜架,也会因产地不同而价格悬殊。”对于被“封杀”,程军勇表示,“货源被断可迂回通过其他区域进货解决,但还会坚持将平价进行到底!”

市场不变 逼眼镜业重新洗牌

对于成都公场直通车眼镜的底价销售,广州“眼镜直通车”总经理司徒尚炎认为:商业是一场可被量化的智力游戏,面对传统眼镜行的强势围

攻,平价眼镜的出现可以为市场导入竞争,在一定程度上拉低眼镜行业售价,引导眼镜消费平民化,扭转眼镜“供大于求”的发展格局。

还有的眼镜行业从业人员认为,无论眼镜商们如何恶战不断,但只要竞争良性化了,消费者市场是不变的,老百姓跟随实用、时尚的步伐实际上是很快的,眼镜行业的市场只会越做越大。所以在目前看来,平价眼镜店只有坚持“补充而不替代,附属而不僭越”的立场,才能进退自如。

支持不变 百姓欢迎平价眼镜

不管商家如何竞争,对于百姓来讲,平价优质的眼镜是他们最为需求的。记者在公场直通车眼镜超市采访时,不少消费者纷纷表达了自己的观点:“谁都希望买东西能遇上物美价廉的,所以支持平价到底的眼镜直通车超市!”“动辄几百上千元一副的眼镜,不是我们能消费得起的,而今流行几副眼镜换着戴,太阳镜也要搭配衣服的时尚潮流,我们肯定力挺平价眼镜!”

还有的消费者表示,眼镜行业似乎对于外界“暴利”的说法并不认同,那就希望他们能拿出实实在在的优惠来,“只有做到真正的平价,才能受到更多消费者的认同,到那时,‘封杀’这个词也就该淡出眼镜行业了!”

记者 冯林 黄激

商讯·数字

50家重点零售企业 10月零售额增35.71%

今年10月份,全国50家重点大型零售企业商品零售额同比增速创年内新高,达到35.71%,增速同比大幅增长36.53个百分点。从各大类商品来看,食品类、服装类、化妆品类、日用品类、家电类同比增速均为年初以来最高水平,仅金银珠宝类同比增速40.03%,略低于5月份水平。10月份零售额的高速增长,一方面得益于国庆等节假日的带动,另一方面是由于去年10月份正值金融危机初期,消费者消费意愿较低,从而导致零售额增速出现负增长。

从前十个月累计增速上看,依旧低于上年同期水平,但差距已明显缩小。前十个月零售额累计增速为16.58%,低于去年同期3.03个百分点,但相比今年1-9月7.23个百分点的同比差距大幅缩小了4.2个百分点。除去化妆品类增速超过上年同期4.13个百分点,其他主要类别商品前十个月累计增速均不及上年水平,其中食品类比上年低9.2个百分点,日用品类比上年低13.56个百分点,服装类比上年低6.61个百分点,服装类比上年低0.01个百分点。但增速差距相比上半年水平均出现了明显的收窄,其中食品类收窄了13.08个百分点,服装类收窄了4.72个百分点,化妆品类收窄了5.35个百分点,日用品类收窄了12.08个百分点,金银珠宝类收窄了1.05个百分点,

前三季度服装零售额 累计增速创年内新高

今年前三季度全国百家重点大型零售企业服装类商品零售额累计增速为13.45%,创年内新高,零售量增速为6.19%。其中第三季度零售额增速为20.3%,比前两个季度分别加快12.09和5.72个百分点;第一、二、三季度的零售量增速分别为0.4%、12.11%和6.7%,第三季度零售量同比增速相比第二季度明显下降,而零售额增速却高于第二季度,说明第三季度服装零售额增速增长已由第二季度的数量拉动向单价提升拉动转变。

李澜涛

镜架美学



如何挑选适合自己的漂亮眼镜

戴眼镜除了矫正视力,还被很多爱美人士用作装饰的道具,殊不知挑选镜架也有很多的学问——

根据脸部主要骨架结构所决定的几何形状,可以将脸形分为正方形、长方形、圆形、倒心形和卵形等。上述分类并不绝对,具体的脸形可能与上述每一种都有差异,不过对于分析脸形、选择合适的镜架很有帮助,突出优点、掩饰缺点、给人以

对称和平衡的感觉。比如身材丰满的人穿着竖条衣服会显得苗条,穿横条的衣服则会更胖。脸庞较圆的人的发型也往往较直,增加轮廓感,很少会烫卷发。

●圆形脸型 配方形的眼镜架,这样可以使你的脸看上去稍有棱角。最好不要选择圆形镜架,否则会使你的脸显得更圆。

●倒心形脸型 这种脸型下巴显得尤为尖细,要避免配戴宽大的眼镜架,否则只会夸大额头,而选择细小的眼镜架会在视觉上起到缩小额头宽度的作用。

●三角形脸型 这种脸型额头

较窄,如选择一些方形的镜架,就会使你的狭窄前额显得阔一些,从而协调了面部轮廓。

●方形脸型 如果是偏向于长方形,就可以选用一些较阔的镜架,视觉上可起到缩短脸型的作用。如果脸型不是太长,就选比较精致细小的镜架,例如镜片较小的椭圆形镜架就可以使面部看上去柔和一些,而同样方形镜架会增添圆形脸庞的棱角感。

镜架选择的另一条基本原则是镜架的宽度与颞侧宽度基本相符,镜架过宽会显得过于累赘,而且会增加镜片的像差。

黄激

直通车眼镜公司

全国连锁大型眼镜超市

眼镜公场

GOLD SUN OPTICAL

SEIKO | VERSACE | ESPRITE | GUCCI | Nikon | CASIO | DIOR | POLICE | LONGINES | C.D. | SANDWICH | BOLON

公司网点: 成都、重庆、上海、北京、海南、天津、广东、山东、湖北、湖南、昆明、江西

同等商品比价格 同等价格比质量 同等质量比售后

天天有惊喜

- 法国依视路、日本豪雅镜片惊喜再现,低至7折起
- 流行时尚经济套餐:
1.553加膜镜片+指定镜架+镜盒+镜布=直通价80元
1.553非球面加膜镜片+指定镜架+镜盒+镜布=直通价128元
- 买隐形眼镜每副130元以上
送 125ml

天天送好礼

- 凡在本店验光配眼镜满100元以上均送礼金券

引领时尚新干线 明明白白性价比

品牌	材质	市场价(元)	直通价(元)
威雅	板材架	180	38
金井丹顿	钛材架	258	80
罗凡迪诗	钛材架	338	180
依格奴	钛材架	258	130
登喜世家	钛材架	300	160
CD	板材架	180	108
里奇奥	钛材架	290	190
诺贝尔	钛材架	350	220
派迪	钛材架	450	258
NBA	钛材架	470	270
PLAYBOY	金属架	660	298
卡帝乐鳄鱼	光学架	568	368
SEIKO	钛材架	580	350
依视路	光学架	680	380
依视路	光学架	788	380
阿玛妮	钛材架	980	680
SANDWICH	眼镜架	980	580
隐形架	钛材架	1200	520
Cadoux	钛材架	580	258
ESPRITE	金属架	1380	480
依视路	钛材架	1280	680
Nikon	板材架	1180	650
Dior	眼镜架	2880	1780
GUCCI	眼镜架	2300	1156
依视路	光学架	2450	1290
依视路	钛材架	3800	2800

博士伦里程易适1付或买上海卫康3C1付
市场价: 380元 直通价: 260元

博士伦清朗半年
市场价: 95元 直通价: 65元

卫康睛海500ml
市场价: 55元 直通价: 35元

买博士伦里程易适1付或买上海卫康3C1付
市场价: 550元 直通价: 360元

卫康睛海500ml
市场价: 55元 直通价: 35元

同等商品比价格 同等价格比质量 同等质量比售后

春熙旗舰店: 春熙路伊藤旁伊势丹百货正对面爱心珠宝内上二楼
红瓦寺店: 一环路南一段22号(磨子桥东侧300米川音大厦对面)红瓦大厦2楼
蜀汉新形象店: 羊西线蜀汉路同善街5号2楼(欧尚超市旁边迪信通手机店二楼)
建设路店: 建设路第五大道26号二楼(良木缘旁)

028-86653453
028-85232136
028-87529055
028-84333728 • 网址: www.cdzhitongche.com