

晚上7点本报在百大门口做消费调查

# 血拼者个个说自己很冷静

全民血拼中,买东西的人到底都抱着怎样的心态?是事先做好了充分的准备,还是看到什么就买什么?是买当季就穿的衣服,还是提前花光过年的钱,为全家人买好过冬的装备?对于这样的折扣力度,大家怎么看?

《城市假日》特别针对本次百大满就送活动做了一份问卷调查,地点就设在百大正门口,时间是11月1日晚上6点半到7点半之间。

我们一共选择了20名消费者做调查,年龄段选择在20到50岁之间。为了保证调查的有效性,我们选择的都是提着大包小包买好东西的消费者。

## 提前做好准备的人数为0

逛街,讲究的是随意性,最好能时刻有惊喜。不错,虽然有精明的消费者一再提醒大家,最好事先做好踩点工作,看好品牌认好尺码。但是从问卷上反映的结果来看,20个人中没有一个人说自己是提前赶过来踩了点的。有的消费者说,除非是每天泡在商场的有闲人,才会有如此的兴致,上班族能抽空出来抢上一两件衣服就不错了。同样,也没有一个人事先列好购物清单。

## 相信自己的心算能力的占50%

对于要不要带计算器这个东东,不少人表示肯定不会带的,因为买东西本身就是挑选自己喜欢的东西,太斤斤计较价格没什么意思。有人说自己用手机大致算算就可以了,而且自己把握度的话,一般不会亏多少。还有一些消费者对自己的心算能力非常有把握,认为不需要借助这类计算工具。

## 95%的人更喜欢直接折扣

对于满300送260的力度,凡是接受采访的消费者都认为这个促销力度非常大,自己就是冲着这个活动来的。问到对此次购物的满意度,20人中只有1人表示不满意。另外,对于商家的促销活动,100%的消费者表示更喜欢直接折扣的形式,这样会更加方便省心。

## 你是理智型的吗?

1、来之前,有没有做足功课?例如提前看好款式之类的?

A. 有的 B. 没有

2、有没有带好计算器?计算“满就送”可是很费脑筋呢!

A. 有啊 B. 没有  
C. 我心算能力很强,用不着这个

3、有专人替你排队吗?

A. 有 B. 没有

4、和谁一起来的?

A. 朋友 B. 父母  
C. 我一个人来的 D. 其他

5、来之前有列好购物清单吗?

A. 有 B. 没有

6、对此次购物,你——?

A. 很满意 B. 不满意

7、买完东西后,你的表现怎样?

A. 心里乐开了花,表面故作镇定。  
B. 逢人便喊:“今天买得真痛快!”  
C. 一脸哀怨,我到底要不要买这件兔毛大衣呢?  
D. 义愤填膺,黑心的商家又骗了我好多米哦!

**结论:**如果此问卷答A教多者,恭喜你,你是典型的理智型消费者,只买自己需要的东西,不需要的一概不理。如果选B较多,你就属于疯狂型,看见打折就管不住钱袋子!选C多的话,你就是白痴型,买了东西而时尚后悔,总是拿不定主意,选D的人,则是无聊型,经常没事找事。

(以上答案仅供娱乐,如有雷同,肯定是抄袭)



## 杭州大厦“趣味运动会” 带你重温儿时的快乐

文/本报记者 钟兰 摄/任焯

上个周六,杭州大厦朋友俱乐部理事长胡德俊早上七点就起了床,换上一套刚买的运动服,他开车直奔华庭云栖度假酒店。在那里,已经有一百多双眼睛在焦急地盼着他。

八点刚过,一场趣味横生的运动会就在这一百多名尊贵会员中展开了。推土比赛是其中最有趣的一个环节:一名会员趴在草地上,双手着地往前爬,另一名会员则抱住他的双腿往前推,到达指定地点后还要绕一圈,谁先到达终点谁就是胜利者!比赛规则一宣布,就有四名女会员跃跃欲试。看似简单的比赛其实玩起来还是有难度的,刚进行了几步,2名女会员就因体力不支趴下了……

袋鼠跳,就是把双脚放进麻袋里,蹦着前进;钻低比赛,其实考验的是腰部的柔韧劲……一整个上午,大家都在欢声笑语中度过,不少人感叹,十多年没这么开心地玩过了,真像回到了童年。

杭州大厦朋友俱乐部总经理洪路明说,俱乐部从5月正式成立以来,每个月都会组织活动,刚开始都是针对女性顾客的形体训练、化妆礼仪方面的讲座,后来随着男会员越来越多,干脆就组织户外活动了,让大家在大自然中尽情享受快乐。



## 《上海服饰》 携手资生堂 URARA 西湖边讲解全新护肤理念

文/本报记者 钟兰

继欧珀莱之后,资生堂旗下又一品牌登陆杭城。这款以URARA(悠莱)命名的化妆品品牌,邀请女星黄奕做为其品牌代言人,清新时尚的都市女性形象马上博得了年轻消费者的青睐。上周末,《上海服饰》资深编辑和资生堂高级美容专家,以及杭州的资生堂忠实FANS一起度过了一个美好的下午。

作为资生堂旗下新品,悠莱在外观上继续秉持资生堂的一贯风格,简洁而大气。其全新的护肤理念分成三步:“焕美丽”、“焕自信”、“焕自己”。专业研发的核心技术——MFC将直接作用于脸部细胞,让肌肤在自然代谢中焕发活力。

## 算清楚才出的门,一到商场就犯迷糊

请保留我们提供的换算表,在激情血拼时作一个冷静的提醒

满300送310,这是迄今为止杭城商场最大的折扣力度了,从全国范围来看,超出这个力度的恐怕只有北京一家商场的“满200送215”了。

对于去年银泰百货“满400送300”的疯狂,不少杭城人还记忆犹新。今年,杭州百货大楼再次刷新记录,算下来比银泰当年5.7折还要低8个百分点的折扣沸腾了全城。“这一次已经是满300最多送310了,接下来的16号银泰店庆,会不会更刺激?”不少人兴奋地揣测。

其实,就在百大轰轰烈烈

搞店庆的时候,其他商场也没有闲着,也在尽力拼抢着市场。杭州大厦目标明确:共有品牌同城共庆,独有品牌凭贵宾卡8到8.5折;银泰推出贵宾回馈日,仅此一天的大幅折扣仍然吸引了不少人,像衣索这样的高调品牌也打出了有史以来的最低折扣——9折;解百还是动用了老招数,满300减130,也算是陪着百大来了个全城同庆。

有了百大这个先例,银泰的店庆变得更加扑朔迷离,是在这个力度上继续升级加码,还是另辟蹊径搞出新的创意?

再接下来,还有元华的店庆,还有圣诞节,还有元旦,还有新年,哪一个节日能撤下“满就送”这个孪生兄弟?

既然玩计算游戏的旺季已经到来,我们还是先修炼基本功吧,从最基础的满就送、满就减的算术题做起。满就送=几折?看看这张《常用满就送换算表》,这可是我们精心推算出来的实用手册哦!如果你有收藏本报的习惯的话,没准这张表能管用到底呢!别看我们的表格看似简单,在“水深火热”的商场里,还真能帮上大忙呢。

### 《常用满就送换算表》

	送 100	送 120	送 150	送 180	送 240	送 260	送 300
满 200	0.66	0.63	0.57	0.53	0.45	0.43	
满 300	0.75	0.71	0.67	0.63	0.56	0.54	0.5
满 400	0.8	0.76	0.73	0.69	0.63	0.60	0.57

(其他档依次类推,换算出来的数字均为折扣力度。)

### 《常用满就减换算表》

	减 100	减 110	减 120	减 130	减 150	减 180	减 200
满 300	0.66	0.63	0.6	0.57	0.5	0.4	
满 400	0.75	0.73	0.7	0.68	0.63	0.55	0.5

(其他档依次类推,换算出来的数字均为折扣力度。)

说明:

这个表格针对的是目前杭城出现过的,或可能出现的满就减、满就送额度。以200元、300元、400元为基准,依次类推。对于目前不太可能出现的折扣,我们以空格表示。