

奢侈品“闹七夕”，推限量款抢市场

国际大牌纷纷推出“中国限定”款，主要依靠线上渠道 提醒：七夕当天鲜花价格或翻倍

下周五，就是近两年来愈发被重视的中国传统情人节“七夕”。包括卡地亚、LV、纪梵希、Gucci等国际一线奢侈品大牌纷纷通过官网推出限量新品，希望能在在这个新晋的“流量节日”中分得一杯羹。

线下，花店也开始纷纷推出大捧花束、永生花盒等预售商品。有意思的是，颇有面子的高端花束至今仍少有人问津，但百元左右的平价产品却已有不错的销量。

■记者 朱蓉 实习生 郑晨红

大牌争宠

奢侈品过“中国节”，抢占七夕市场

8月7日，长沙市民黄小姐收到了Gucci品牌官方微信推送的“七夕情人节特别系列预览”，提示她“马上”将有该品牌为七夕情人节推出的特别系列手袋及鞋履在线上旗舰店开售。

“听说很多大牌都推出了限定只在中国市场销售的款式，这在过去还是很少见的。”黄小姐感慨，过去都是“国外限定”，最近却有了越来越多的“中国限定”。

三湘都市报记者统计发现，推出七夕主题商品的国际一线奢侈品牌，远不止Gucci一家。8月2日，LV官方线上旗舰店上线了七夕专款CA-

PUCINES BB手提包；8月5日，纪梵希在其官方微信号上推出仅在中国大陆地区销售的七夕红色特别款GV3手袋订购服务；8月6日，卡地亚也宣布，品牌JUSTE UN CLOU全新玫瑰金手镯将在中国线上进行独家首发……

值得关注的是，上述品牌在推出七夕主题商品时，主要依靠线上渠道进行推广和销售，部分商品甚至只通过线上渠道进行销售。这种处理方式，与前些年上述品牌坚持不开通线上商城的做法大相径庭，却更加适应了目前国内主要消费人群偏爱的购物模式。



8月8日，长沙市内一些花店已经开始准备七夕主题鲜花商品。 记者 朱蓉 摄

鲜花看涨

平价花束受欢迎，临近节日或将涨价

看中了七夕市场可能带来销售流量的，还有长沙大大小小的花店。8月8日，记者在部分网购平台上搜索发现，推出“七夕鲜花预订”的花店不在少数。

如，在美团平台上，以“七夕”为关键词进行检索，可发现推出“七夕情人节”鲜花预订的卖家多达近百家。这其中，有近年来较为流行的永生花礼盒、水晶盒玫瑰，也有传统的花束，售价在每份159元至598元不等。

截至8月8日，平价花束的销量明显高出高端礼盒不少。在一家名叫柒天花漾的花店内，其售价在169元至199元之间的19朵玫瑰花礼盒已销售100余份，而在另一家位于长沙开福区北辰三角洲的桃夭花艺

花店内，售价在399元至588元之间的永生花礼盒仍未有一笔成交。

开在湘江中路上的花喜生活馆工作人员介绍，目前店内正在为七夕花束预订制作成品和拍摄照片。记者在店内看到，该店仅玫瑰品种就有红玫瑰、白玫瑰、粉玫瑰、香槟玫瑰、紫霞仙子等品种，其中蓝色妖姬价格偏贵，售价100元一支，需要提前预订。

店员介绍，每逢七夕等节日，鲜花的价格都会有一定程度的上涨，“例如玫瑰现在的售价是5元一支，七夕那天价格会翻2倍，其他的花束也是一样的。”每年七夕订单都是平常销量的近两倍，但具体的数量没有统计过。

“哈啤内现异物，厂家迟迟没处理结果”后续

餐馆获赔10件啤酒 问题酒将进行鉴定

日前，长沙某餐馆老板向三湘都市报反映，有消费者发现哈尔滨啤酒内存不明物体，该老板多次向供货商反映情况，但事情迟迟未得到处理。（详见本报8月8日A13版报道），本报报道后，此事又有了最新进展。8月8日下午，哈尔滨啤酒负责长沙北区销售的刘威表示，“会请第三方机构来鉴定。”该负责人同时称，已给事发餐馆送来10件啤酒，并当面道歉。

“问题拖了2个月，而且没人告诉我啤酒里为何会有异物，就想讨个说法。”上述餐馆老板包治国表示，他一开始就对厂家的处理态度很气愤，现在对厂家上

道歉并赔偿10件啤酒表示接受。

“我们接到投诉电话后，第二天就派人上门了。”刘威解释称，由于啤酒到包治国的餐馆经过了经销商、大批发商、小批发商多层渠道，因此在反馈啤酒质量问题时也经历了多个环节。“开过瓶的酒，很难鉴定。”对啤酒内何会有异物，刘威则如此回应，不过他们将带走问题啤酒申请第三方机构检测，并出具检测报告。不过经销商公司业务朱磊则解释：“可能是在运输的过程中漏气了，导致啤酒里的蛋白质、微生物等发生变质形成的。” ■记者 胡锐

浦发银行助长沙企业进军资本市场

本报8月8日讯 今天，由长沙市金融办指导、浦发银行长沙分行主办的“湘江论道——长沙拟上市公司深化金融合作交流”举行，凝聚政、银、企、券商、律所等多方合力，助力长沙市优质企业进军资本市场。

长沙市金融办副主任段永松介绍，目前长沙市上市企业共67家，其中61家登陆A股市场，位列中部省会城市第一。2018年，长沙市出台了百舸争流计划，提出到2020年上市企业要达到100家。

浦发银行长沙分行相关负责人表示，本次交流会的举办，进一步传递了该行为企业提供高标准、专业化服务，降低融资成本、提高直接融资水平的经营策略。

■记者 潘显璇
通讯员 孔令鸿 雷嘉华

荣宝斋(桂林) 2018长沙秋拍征集活动启动

本报8月8日讯 今日，荣宝斋(桂林)2018长沙文物艺术品秋季拍卖会的征集启动仪式正式在长沙联合国文交所拉开帷幕。此次秋拍的征集范围包括历代书画、明清玉器、金铜佛像、古董珍玩等。

2017年11月，荣宝斋(桂林)拍卖有限公司正式与长沙联合国文交所合作，这是国内一线拍卖品牌首次入湘，为湖南本地藏家提供了期待已久的艺术平台。经过近半年的征集，荣宝斋(桂林)在长沙的第一场拍卖已于2018年7月15日成功举办，首场春拍十分成功，如钟增亚和林塘合作的《胜利属于高举跃进红旗的人们》一红色题材作品，以290万落槌，成艺术圈佳话，刷新

了湖南本土艺术家拍卖记录。

这次秋拍仍是荣宝斋(桂林)主办，联合国文交所以及湖南省文物总店协办，活动不仅将延续荣宝斋(桂林)在历代书画和瓷器瓷杂上的优势，还将继续为广大藏家提供大量各地文物商店的旧藏，可谓来源可靠，传承有序，也将以小专场形式丰富艺术品拍卖背后的文化内涵。

湖南省文物商店总经理郭学仁在启动仪式上表示，荣宝斋(桂林)2018长沙春季文物艺术品拍卖会，初战告捷，获得成功。湖南省文物总店将与联合国文交所加强深度合作，实现优势互补，共同打造湖湘文化特色品牌，助推湖南文化产业的发展。 ■记者 吴岱霞

天弘基金肖志刚：逆向投资需要勇气 更考验精选个股能力

A股迭创新低，投资情绪持续低迷，在这个信心比黄金还重要的时刻，部分专业投资者展现出了人弃我取、人取我弃的勇气。天弘基金股票投资总监肖志刚表示，他对后市的态度相对乐观，且越往后越乐观。

从研究员到基金经理，肖志刚在多年的市场历练中，擅于从股市运行中总结发现规律并用于投资实战。他管理的天弘永定价值成长混合(420003)自2014年初接掌以来，连续五年取得正收益，并于2016年摘取金牛基金奖项。

手记 从国人“过洋节”到大牌“过中国节”

从“2·14”情人节到“七夕”情人节，是国人崇尚“洋节”到国外品牌追逐“中国节”的变化过程，也是中国在全球范围内话语权增强的体现。

市场是一双无形的手。从近两年的奢侈品大牌纷纷推出春节限定、七夕限定商品不难看出，中国市场重要性正在不断提升。而这一判断，除了从品牌们的市场动作中可以看出，也从其年报数据得以体现。

在拥有LV等品牌的全球最大的奢侈品集团LVMH2018财年第一季度财报中，可以看到，截至今年3月31日，LVMH销售额同比增长10%至109亿欧元，有机增长率达到13%。LVMH集团认为，过去一年，中国消费者对奢侈品的需求增加推动了购买热情，对集团业绩起到了一定的促进作用。

显然，它们懂得，迎合消费者就是抢占潜在市场的最有利武器。而在中国市场，显然，如何能率先琢磨透中国消费者的心思，也将更快地帮助其在奢侈品消费市场占得先机。