

“不搭” 眼镜店办先锋艺术展

策展型新零售兴起,制造“社交资本”吸引95后群体

上海淮海中路800号,明明是一家韩国潮流眼镜店,却常年办着先锋艺术展,今年主题为“第13个月的出现”...

“不搭”的眼镜店成流量担当 记者在该店现场看到,1楼和2楼共计800平方米的营业面积,大比例布置了颇具未来感的装置艺术...

……想象十分大胆,内容与眼镜完全不搭”,却成为吸引顾客入店的流量担当。店长告诉记者,一般而言,店内客流量达150人时,店外就会采取限流措施...

少,却多是刚需,“俘获率”反而更高,日销量并未明显低于夏季。莫奈特展曾引发现象级排队 近20年上海零售商业中,以新奇特办展方式吸引客流的现象从未停歇...

扎堆的商业新业态发明了一个新词汇——策展型零售(CURATION+RETAIL=CURETAIL)。 撬动新需求,找到新活路 司徒文聪说,当下全国数量可观的“95后”,正对消费产生巨大影响...

第四届山西文博会一大亮点 “会讲故事”的汾酒



汾酒展区

本报讯(记者 李俊文 山西报道)日前,以“深度融合·创新发展”为主题的第四届山西文化产业博览交易会已完美落下帷幕...

积极贡献。汾酒展区以新中式和国际相融合的设计风格为主,围绕历史、文旅、改革,系列产品展示四个板块,将汾酒绵延不断的历史文化...



汾酒系列产品

1915年,在旧金山举办的巴拿马太平洋万国博览会上,山西杏花村汾酒成为唯一荣获巴拿马万国博览会甲等大奖章的白酒品牌...

第一个形成白酒品牌体系,成立了第一家股份制酿酒企业、中国白酒业的第一职业经理人、注册了白酒业第一枚商标等等...

不知汾酒不懂酒,喝了汾酒才懂酒。汾酒人用他们的进取心谱写了最有文化含量的美酒精神。汾酒一如既往地把握最高的品质...

众所周知,汾酒以“清香天下”闻名,作为清香型白酒的“鼻祖”,素以入口绵、落口甜、饮后余香、回味悠长的特色而著称...

汾酒不仅是中国的文化名酒,而且是名酒之始祖,被誉为“国酒之源、清香之祖、文化之根”。“骨子里的中国”,不单凝聚着我国古代劳动人民的智慧...



展区内

净、最卫生的中国白酒,彰显骨子里的中国品质。汾酒集团党委书记、董事长李秋喜曾在中国白酒领袖峰会上讲,酒是一种文化产品...



汾酒复兴战略“11936”中长期战略

中长期战略以及“62210”五年奋斗目标中明确“一主三辅两新型”六大奋斗目标,其中之一就是文旅板块,这是实现汾酒复兴的重要战略部署...

一瓶“会讲故事”的汾酒,将“酒与文化”相融合,助力汾酒复兴,实现汾酒价值再升华。

刘伶醉酿酒股份有限公司 祝贺消费日报创刊35周年 1985-2020 35th ANNIVERSARY

35周年 XFRB 刘伶醉 万坛酒林 酒精度:60%vol 净含量:5L

法院公告栏

李宏伟、赵琳:本院受理原告李宏伟与被告赵琳民间借贷纠纷一案,业已审理终结。本院于2019年12月12日作出(2019)豫1224民初4104号民事判决书...