橱窗模特，电镀模特，展示模特

产品名称	橱窗模特，电镀模特，展示模特
公司名称	深圳市恒烽达模特衣架制品厂
价格	.00/个
规格参数	
公司地址	深圳市罗湖区东门中路东方大厦1311室
联系电话	86-075582257058 13714702399

产品详情

恒烽达模特制品厂网址：www.hengfengdazp.com
 咨询电话！李庆伟手机：13714702399 电话：0755-25029875 商务QQ：454843933 本厂专业生产销售高档模特衣架,模特道具,服装道具,服装模特,板房模特,板房公仔,裁剪模特,立裁模特,制衣模特，模特厂,新款多样,产品质量过硬,价格合理,欢迎咨询。供应恒烽达新款内衣模特 展示模特生产厂家。

与“ 糖二代 ”搞好关系

对“ 双十一 ”网购热潮的讨论，显然还没有在大城市里退却。北京国贸写字楼里的富裕消费者们，也会在网络上讨论自己在网上旗舰店买到的五折双立人刀具和圣象地板。

“ 我们的时间永远不够。 ”有一半的受访者这样回答BCG的调查，他们似乎没有多少时间来长久泡在网上来研究网上众多卖家的产品，他们更乐意选择品牌垂直网站。于是，能够提供便利性或有助于节省时间的消费产品和服务正日益流行。

“ 为便利性支付更多费用 ”，换句话说就是“ 花钱买便利 ”，富裕消费人群的这一特征，也是BCG要告诉商家们的。

BCG因此提出，要把握富裕消费者带来的机遇，电子商务策略似乎必不可少。他们的调查显示，60%的富裕消费者在网上购买多个品类的产品，这比中产阶层消费者比例多了两成。像在网上购买阿玛尼粉底液的程晓璐一样，32%的护肤品消费者拥有网购经验，其护肤方面的消费支出有20%~30%发生在网上。其网购习惯正在从以淘宝网为主导的传统C2C市场模式转向B2C平台。

由此得出的一个数字值得关注，即B2C模式在网络交易总额中的占比将由目前的18%增至2015年的40%。

同时，富裕消费者更喜欢和新人口碑传播，这个与中产不同的特点，催生了商家打造“ 品牌故事 ”和尝试数字化传播的热情。BCG的调查显示，这种热情无疑是对的，因为兰蔻（Lancome）2010年推出的玫瑰社区有400万用户，而博柏利（Burberry）在优酷网直播米兰时装秀也吸引了超过100万次观看。

当一名富裕消费者开始注重无形的东西，比如服务，那么他很可能跻身“资深”层次。而这些“资深”富裕消费者中，有10%是当前富裕消费者的子女，BCG叫他们“糖二代”。对于在五年内将占去富裕人口1/3的角色们，BCG的报告中不吝笔墨地概括着他们的购买力，并建议商家积极与其“建立联系”。

巴黎世家（Balenciaga）就是个例子。它在过去十年恢复了时尚声誉，而那些为其机车包等掏腰包的人们中，“糖二代”功不可没，为其贡献了三倍于同年龄段的新晋消费者的品牌渗透率。

对于以“糖二代”为目标的企业来说，BCG的建议是：“采取有效的品牌组合战略，使用一个小众品牌来迎合他们。”（A06）