

# 品尝美食 传播快乐

## 信阳“天润新食代”第二届美食节活动启动

**信阳消息(记者 叶红 王婷)**  
近日,记者从信阳天润广场负责人处了解到,从7月1日,由信阳天润广场主办的“天润新食代”第二届美食节活动正式拉开帷幕,活动将持续到7月中下旬。现面向全市征集以品尝美食、传播快乐为主旨的老新客户,组成霸王试吃团,同时招集大胃王选手参加大胃王的挑战赛。

采访中,信阳天润广场李经理告诉记者:“信阳天润广场是我市精致的购物中心,先进的运营理念与时尚的购物环境,让来天润广场的消费者得到货真价实的优惠,在广大市民心目中占有较高的地位。为了让市民玩在天润,吃在天润,购在天润,乐在天润,我们经常不定期地推出各种活动,让消费者体验和享受购物的同时所带来的快乐。”

对于举办此次活动的目的和宗旨,李经理说:“我市是全国十佳宜居城市,生活便利指数、生活舒适指数均较高,美食文化更是深入人心。为此,去年夏天我们举办了第一届美食节活

动,活动得到了广大市民的认同和积极参与,也得到了参评商家的普遍好评,取得了很好的效果,所以,我们将延续良好的开端,将信阳美食文化推广出去,让更多的人了解信阳,喜爱信阳这座美丽的城市。”

记者在采访中了解到,天润广场第二届美食节活动将从7月1日拉开帷幕,分为两大主题,分别是“霸王餐遇到金牌菜”和“大胃王挑战赛”,参赛商家有花千代秘制烤鱼、锅里锅外、问锅香辣馆等众多,参赛菜肴中西合璧,种类丰富。从即日起,将开始全城招募霸王试吃团、大胃王,7月11日下午在天润广场中庭举行“霸王餐遇到金牌菜”活动,7月18日下午举行“大胃王挑战赛”。



图为参赛商家

两场活动均于当日评选出相对应的奖项,活动现场气氛活泼,内容丰富。会品会吃,能吃爱玩的小伙伴们赶紧

报名吧!  
报名热线:3228338  
13837618699



## 近八成消费者不了解自己的脸

在500元—1000元,3.75%支出在1000元以上。

另一个消费者对于护肤品价格敏感度降低的例子是,6月1日,我国降低护肤品进口关税税率高达60%,但59.97%的消费者不知道关税下调能给自己节省多少钱,另有70.95%的消费者表示关税下调对自己选择护肤品影响不大。

在消费者青睐的产品中,补水产品最受欢迎,选择人数占59.41%;其次为防晒、美白、提拉紧致、抗衰老等产品,占35%左右。此外,由于近年来雾霾等空气污染现象严重,导致很多人出现皮肤过敏等问题,因此有33.16%的消费者表示会选择“解决空气污染导致皮肤受损的护肤品”。

而在“您经常使用的护肤品有哪些种类”的调查中,洗面奶每天的使用率最高,有75.18%的消费者经常使用;其次是乳液、爽肤水,57.25%经常使用;再次是面霜,48.35%经常使用。

### 男人也注重“面子”

如果你现在还在认为“护肤品是女性的专属”,那么《报告》调查结果会证明,你out了!

随着保养意识的普及,越来越多的男性也开始注重“面子”工程。86.15%的消费者认为目前市场上的男士护肤品品种有待进一步丰富,仅有35.65%的男性使用男士专用护肤品。正因为如此,《报告》认为,男士护肤品市场蕴藏着巨大的发展潜力,护肤品行业还可进一步深耕细作。

值得注意的是,男性不断杀入市场的同时,消费的理性度和成熟度也在不断提高。在调查受众对于新款护肤品的态度时,61.98%的消费者选择“先看市场反应,不会积极尝试使用”;在影响购买的因素上,70.88%的消费者将功效作为主要考虑因素,61.19%和54.38%的消费者选择了价格和品牌,包装对于消费行为的影响力最低。此外,有四成的消费者在购买护肤品时会关注其成分。

### 钱没花在刀刃上

虽然舍得花钱护住“颜”,但大部分消费者却不了解自己的脸。调查结果显示,近八成的消费者并不十分了解自己的肤质状况。而对于肤质可以进行专业检测,有47.86%的消费者表示“不了解”。可以看出,一些消费者花钱并没有花在刀刃上,并没有做到有的放矢。

对于“面子工程”,不少消费者是不厌其烦,不仅肯花钱,还肯花时间,他们会根据季节、皮肤状况等因素调整护肤品,还会在同一天使用多种护肤品。调查显示,七成左右的消费者会根据年龄变化、季节变化、面部不同部位等选择不同功能的护肤品。

然而,从另一方面,综合对比几组调查数据还可以看出,还有三成左右的消费者不懂得这些选择变化。这说明很多消费者对于护肤品的养护功能仍旧缺乏专业的指导,需要护肤品厂商加强服务和引导,不断把护肤品细分市场的蛋糕做大。(据《济南日报》)

当容貌都可以用数字来量化的时候,一个叫“颜值”的新词出现了;当“颜值”连数字都没办法量化的时候,一个叫“爆表”的旧词和它联系在一起了;当对“颜值”有了“爆表”需求的时候,有人会选择花钱来给美丽加分,于是“颜值”就具体化了为了市场“价值”。

从早期直接上脸的“雪花膏”,到目前能够具体到五官各个部位的各种霜、各种液、各种膜,一直与脸相伴。从日前发布的《护肤品消费行为调查报告》(以

下简称《报告》)中,可以看出目前人们“颜值”消费价值观念的变化。

### 为“保颜”敢于“血拼”

人们为了“保颜”也是蛮能“血拼”的。目前,消费者对于中档化妆品的消费需求占据了市场主流。调查结果显示,年龄在18岁—40岁的消费者对护肤品的关注度较高,其中,46.96%平均每月购买护肤品的支出在100元—500元,38.19%支出在100元以下,11.10%支出