



# “暖春”接着“暖冬”来 性价比春装微换季



外套式连衣裙

从暖冬直接过渡到暖春，怎么买换季衣服？最具性价比又看起来最当令，当然是聪明的微换季！

换季时期的服装搭配，原则就是轻薄灵活，随时加减，百搭成型。可拆卸袖子的风衣、长袖短褂、长身西装，在今年春天流行，占据了无论是大牌或快时尚品牌的一线橱窗，

## 暖冬换季早 折扣不断档

暖冬如春，春装也无缝衔接地早早上市。与以往略有不同的是，在广州的不少商场，今年春装上市时间早，大多与春节前后的换季折扣场同期进行。由于冬季不明显，换季感与新品规模都比以往略小。不少商场与服装品牌不仅在时间上直接将原本的春

节折扣场延长，无缝衔接至早春换季档，也早就推出春装。例如优衣库 U 系列 2 月 1 日就上线，H&M 也正月末过就推出了春装场，与原本一直延续的换季特价场同时进行。各大电商的车轮催谷也不停歇，从“年货季”到“开新季”，基本无断档。

## 性价比当先 百搭微换季

这是有道理的。因为这些款式，不仅是传统春装必备项目，但又有了新的细微改变，让它成为一件全新态度的新装。而且从去年的款式中无缝衔接到本季，天气继续晴好能穿，突然冷空气到访乍暖还凉也无惧。

无袖风衣在梅根王妃这位英国新时尚 icon 的示范下，在去年秋冬就已成为热搜风潮。但无袖风衣抵御渐冷的秋风似乎还不够分量，而在今年春装中，直接将风衣设计成可拆卸袖子，以雨披遮挡巧妙

衔接部位，灵活变装一衣两穿，也解决了广东人民随时下雨倒春寒的担忧。

本来就是春天必备的印花裙，在本季也有新的展现形式。长袖设计取代了经典的吊带、短袖，成为本季的焦点形象，换新时注意选取！毕竟在乍暖还凉的早春，长袖设计能大大提前印花裙的出场时间。而洋溢春天气息的任务，交给短而飘扬的裙摆体现即可。当突遇降温，还有今年最流行的“同色裙+袜+鞋”潮流搭配来救场。具体穿着示范，可以

参见最近因为剪了头发而大热的小七，她与维多利亚一起在时装周上亮相，就是同色裙+裤+鞋的装扮，实用又时髦。长西装是本季“大女主”风范的流行产物，中性风在职业范的西装上得以体现，但本季强调了场景功能多样化。例如轻薄材质的长西装，可变为西装裙，也可直接成为 over-size 外披，既展示气场，又足够多变。

文 / 羊城晚报记者 林清清  
图 / 品牌供图

整个春节期间都是热情洋溢的暖冬，广东人表示，羽绒服能够出现的次数一个巴掌都能数完。从暖冬直接过渡到暖春，怎么买换季衣服？最具性价比又看起来最当令，当然是聪明的微换季！



长袖连衣裙

当消费时代的到来为艺术提供了丰富的内容时，时尚潮流也再度成为了艺术创作的一部分。2019 年伊始，时尚圈中人发现，在时尚大牌与艺术家的合作已经司空见惯的今天，这种深度融合已经成为了品牌文化的一部分，甚至将产品变成了艺术品本身。



真丝缎凉鞋



图 / 受访者提供

## 当艺术再度与春夏时尚交融

文 / 图 羊城晚报记者 施沛霖

### 在“梦境”中追寻艺术感

上月爱马仕在上海展出了其 2019 年春夏新作，以“梦境”所赋予的灵感，激发出无限自由的想象力。品牌携手设计师杨明浩，采用自由多变的支架结构打造生动具象、富有张力的陈列空间。每个 Y 字形的独立构件，在自由组合、不断变换、无限生长中互相联结，在反复解构与重构的过程中，传递一种纯粹而具有生长感的空间效果。春夏新品便陈列于这样的艺术化空间中。

由波兰青年插画师 Jan Bajtlik 设计的 SWEET DREAMS 100 厘米羊毛配真丝方巾，以荧光颜料绘制而成的奇幻动物跃然方寸之间。另一款 ANIMAPOLIS 90 厘米斜纹真丝方巾则以华沙、莫斯科、巴黎和基辅为灵感创作了一座幻影之城。一场别致的映像游戏也在现场上演：夏季新款的迷你 KELLY 手袋以柳条搭配皮革，充满郊外野餐的情致。另一款新推出的 HERMÈS CLIC-H 33 手袋，方形的设计简约而优雅。全新真丝绸缎凉鞋则以 SPOUTNIK 珠宝系列为灵感，采用几何造型的叠层鞋跟，艺术感十足。

### 与艺术并肩而行，玩法多多

艺术化已成为了高端品牌的产品中越来越重要的一部分。选择和艺术并肩而行的时尚，也因此获得了更多的意义。



SWEET DREAMS  
100 厘米羊毛配真丝方巾

同样在年初，古驰关于男士时尚的全新展览在佛罗伦萨的古驰花园正式开幕，这里汇集了 1921 年以来品牌的众多经典设计 & 当代艺术作品。展览开幕期间，出自意大利艺术家 MP5 和英国艺术家 Alex Merry 之手的全新壁画也亮相于此。中国古代著作《易经》启发了 MP5 画笔下的雷霆、水流、山峦、焰火等图像的诞生。品牌的新玩法还包括邀请六位才华横溢的艺术家，在全球的六处胜地探索并记录他们的体验，最终构成个人风格鲜明的视觉日记、旅行笔记和素描等，与全球粉丝分享。

左手是艺术，右手是商品，甚至两者合二为一——这将是奢侈品牌的新路向。在全球范围内，炫耀性消费观已渐渐受冷遇，在新的消费时代，对于见多识广的消费者来说，品牌的附加值早已不再是那个闪亮的商标，而是更高级的审美与价值认同。

## 开春“换季消费”正逢其时 购买非应季产品需留心细节

文 / 图 羊城晚报记者 黄启兵



被褥产品换季打折

“一年之计在于春”，当元宵佳节给新春消费划上一个句号，就意味着未来一段时间内，很多春季新品接二连三争相上市；与之形成鲜明对比的是，各种“换季消费”近来在消费市场当中显得格外耀眼。尤其是棉被、羽绒服等冬季类热卖商品，走到春暖花开的季节，就到了“清仓换季”的时段。消费市场相关人士表示，“换季消费”尽管是当下的一大消费热点，但消费者仍需要关注到各种细节之处。

### 知名大牌“换季”趋势猛

元宵节前后，在广百百货、友谊商店以及各大超市的服饰类门店，换季消费的趋势非常明显，尤其是特价场几乎成了各种换季商品的集中区域。冬季畅销的羽绒服、保暖棉裤、手套、帽子和围脖等，纷纷贴上“清仓”牌，置于不太显眼的非主流货架；取而代之占据核心位货架的，则是各种轻薄春季新品。

广州部分品牌商家表示，当下正值换季的良机，由于促销力度大，总体销量情况甚至好于前期。特别值得关注的是，知名大牌的“换季消费”力度显得格外猛烈。比如在 CK 专卖店刚刚刚换季的一款标价 3000 元的羽绒服，已经开始出现打 6 折的较大力度；而在简单生活、富安娜等专供床上用品的门店，冬季的羊毛被、保暖被等被褥，正处于一年之中的冬春换季促销期。

广百百货人士分析认为，每一年“换季消费”已经是市场的一种潮流，不过，“换季消费”在广州有着自己的特点：一方面，广州作为一个拥有两千多年“商都”的城市，消费者见多识广，消费习惯一直比较理性，因而本地消费者对于“换季消费”并未像其他城市那么

积极；另一方面，就服装类商品而言，广州一年四季的季节性特点差异并不像北方城市那么大，因而市场“换季”的感觉也不会显得那么夸张。当然，在某种意义上，“换季消费”的确是当下市场消费主流。随后半个月，春季新品陆续上新将会力压“换季”的风头，很多“换季”商品也将会渐渐消失。

### 友情提醒：“换季消费”等着用

“换季消费”有一个很大的特点就是，不是当季消费，只能留待下一个应季来消费。对于消费者而言，如果“换季消费”的促销力度很大，比较值得“淘”，但却也要考虑实用性。换季趋势最为明显的服饰类、床上用品类商品，虽然保质期可能不是问题，但日常的存储以及保养，都需要花上半年的时间打理。

市场相关人士还建议，有的换季商品大多是“尾货”或者“断码”，购买时要多加留心是否存在质量问题。

### 家电换季上新春季家电

相比之下，家电市场的“换季消费”虽然不如冬季服饰类、床上用品类那么明显，但同样存在。取代冬季火爆的电

暖器、电磁炉、热水器等“过季”家电，除湿机、冰箱、空调等“春季家电”开始跃升到市场主流位置。目前，在美国、苏宁、广百电器等家电实体店，各款“春季家电”开始摆在显著位置。

在家电市场当中，“换季消费”一直不明显，主要原因有两方面：一方面是家电类商品整体的利润率并不高，换季促销力度并不像服饰类、床上用品类商品那么大；另一方面，很多季节性很强的家电类商品，换季之后几乎没法使用，比如冬季热卖的电暖器，转到春夏季节几乎只能当摆设。

目前正值“换季”中的家电，大多数是淘汰旧款产品。未来一段时间，随着踏青出游、冷饮等消费势头的上升，应季家电的地位将进一步强化。

### 友情提醒：家电“换季消费”意义不大

根据国家“三包”等规定，“三包”期限从购买之日起算。购买回来如果不及时使用，白白浪费了“三包”期，至少耽误半年时间。一旦后期发生质保问题，很可能错过规定的保修期限。此外，家电产品每一年都可能会有技术更新，“换季”家电可能赶不上未来新款的技术标准。因而，家电“换季消费”还需三思而后行。

## 节后健身房“走佬”？预付卡消费陷阱要提防

文 / 羊城晚报记者 林清清

每逢佳节胖三斤。春节过后，急甩肥肉，不仅是每个健身房生意最好的时节，同时也要提防一个消费陷阱小高潮的到来——不少健身房借着春节长假，关门大吉，卷款“走佬”。

### 预付消费投诉成热门

日前，广州海珠区一家连锁健身中心，就被会员向消费者协会及各大媒体投诉，一直无故不开门。会员们反应，与商场管理处沟通得知，营业员仍拖欠数月水电费，相关教练与会籍销售人员，也不清楚具体的开门之期。由于健身中心的顾客，多为预付款年卡顾客，从 1 年年卡到 5 年年卡不等，有的还提前一次性购买了 50—60 节私教课，因此每位消费者涉及的预缴款金额，从 1000 元到万余元不等。

羊城晚报记者查阅相关部门的通告，在国家商务部官网上，最新的一则公

告显示，2018 年山西省各级 12315 机构共受理消费者咨询投诉举报 94177 件，为消费者挽回经济损失 2009.35 万元。其中销售服务类投诉主要集中在预付卡服务、预售服务和零售服务上。主要问题有：经营者吸收消费者大量预付款后，跑路失踪，造成消费者卡内剩余金额无法使用；办卡时，双方并没有签订书面合同或协议，经营者只为消费者提供一张卡片，一旦发生消费争议，消费者的权利难以保障等等。由此可见，预付消费所产生的问题，不容忽视。

### 预付消费如何预防风险？

其实，在美容美发、健身运动等服务行业，预付款消费十分普遍。春节长假过后，一向是投诉“跑路”关门的高发期。消费者要如何提防预付款消费的陷阱，降低风险？消协专家就曾给出专业建议。据法制日报报道，中国消费者协会副会长、中国人民大学商法研究所所长刘俊海表示，虽然商务部制定过《单用途商业



制图 丘淑斐

预付卡的管理办法（试行）》，央行制定过《多用途预付卡管理办法》，但是在实践中往往流于形式。他说：“我的基本看法是：慎重选择预付卡消费。如果非要办预付卡，先办一个小额的预付卡。”

事实上，在商务部官网的“单用途商业预付卡业务信息管理”页面上，可以输入企业名称，查询有无预付卡发卡资质；而在“天眼查”之类的信息网站上，也能查到企业的相关注册信息，根据其注册时间、实缴资本、法律诉讼情况等经营信息，辅助消费者判断该商家的可信程度，尽量减低预付卡引发纠纷的风险。

有一些消费机构，对消费者担心的预付款消费先行设立了相关的风险机制。例如建立预付金担保制度，设定预付款 20% 至 30% 不等的担保金比例，委托银行等第三方机构透明化管理，也有一定程度减低预付款消费的风险。



### 王继才、王仕花夫妇

江苏省灌云县开山岛民兵哨所原守岛民兵

## 爱国奉献的赤子情怀

守岛就是守家，国安才能家安。

中宣部宣教局  
人民画报社

