

中原商情

- 商都卖场 13 版
- IT 家电 14 版
- 理财生活 15 版
- 健康周刊 16 版

2007 年 5 月 25 日 星期五
 统筹 赵顺利 编辑 陈茜
 电话: 67655197 67655266
 E-mail: zrbxf@126.com

信息播报

中国移动推出“WAP 手机上网资费提醒”服务

“您正在使用手机上网业务,若继续浏览网页,会产生 GPRS 通信费。”从 2007 年 5 月 17 日起,中国移动统一部署完成了手机上网资费提醒页面推送及相关流量费核减功能的开发,移动客户通过手机访问 WAP 网站时,就会看到这条提示。

移动公司向客户主动提供的这个收费提示页面,主要目的是确保客户在使用业务前的知情权,实现客户明白放心消费,解决客户对在不知情的情况下产生手机上网通信费的疑问。在向客户收取的 GPRS 流量费中,对每次资费提醒页面所产生的流量都进行了核减,客户账单、详单等话费信息中的流量值均是去除了该部分流量之后的。

据悉,手机上网资费提醒服务是今年“诚信服务 满意 100”活动一项切实的服务措施,旨在保护广大消费者权益,确保客户在使用手机上网业务时对资费标准和收费方式的知情权,避免客户在没有察觉的情况下使用手机上网业务并产生相关费用,真正实现客户明白放心消费。本着公正、诚信的原则,中国移动陆续推出了订购关系确认、业务资费明示、统一查询退订、全面二次确认等措施,确保在各种情况下用户利益不受损害。并对包括移动梦网在内的全部 WAP 网站实施管理,取得了明显的效果。这项措施是中国移动进一步完善服务、保护客户利益的体现。

娜 娜

当“摩尔”真正来到郑州

本报记者 赵 毅

悄悄的,“摩尔”来了

4 月 28 日上午,郑州大上海城首期开业。除了业内人士,即使是那些争先恐后涌入的首批消费者也很少有人意识到,他们见证了郑州商业的一个新的里程,“摩尔”真的来了。

从记者的调查看,去过上海城的郑州人不少,但不了解何为“摩尔”的更是不乏其人。

谈到逛大上海城的感受,市民刘小姐说:“感觉就是一个字,大。真不愧为大上海城,把我都逛晕了。”她一点没有提及对于首家“摩尔”该有的惊艳感觉。

并没有真正去逛大上海城的宋小姐看法也有一定的普遍性,“大上海城,好像就是原来光彩市场的升级版吧。”

Shopping Mall 在中国一般音译为“摩尔”,意为超大型购物中心,属于一种新兴的复合型商业业态。其最早产生于 20 世纪初,20 世纪五六十年代在美国等发达国家盛行,并逐渐以其购物、餐饮、休闲、娱乐、旅游等综合性经营模式与完美的环境配套设施,而风靡欧、美、日及东南亚国家。

从 2000 年开始,“摩尔”在中国如雨后春笋般出现,近两年更是出现热潮。仅在郑州,除了已经开业的大上海城,正在筹建的丹尼斯二七店和大商国贸店也是“摩尔”,而且,据称,丹尼斯二七店还要建成河南最大的“摩尔”。

姚利芳表示:“我们作为郑州首家 Shopping Mall,对营业初期的困难早有预料。但是,大上海运营这 20 多天的效果,超出了我们的预期。可以说,二七商圈这块宝地,为我们聚拢了大量的人气,这也使我们对以后的发展充满信心。”

掀起“摩尔”的盖头来

作为“摩尔”,大上海城一开始就表现了超凡的气魄。它总占地 103 亩,整体划分 5 个商业区,有酒店式公寓、3 大城市主题广场,28 个人潮集客入口,拥有可以提供 1000 多个停车位的市中心最大的停车场。

作为“摩尔”,大上海城拥有复杂的业态组合。它集合了中国零售业顶级连锁品牌力量,由中国最大的豪华影城和时尚书吧、时尚休闲运动城,中国首家手机博物馆,郑州最大的美食广场、郑州情景音乐餐厅组成,以后,还会有大型超市、百货商场和酒店公寓等。

也许,最让郑州的年轻人喜欢的,是大上海的呕心沥血之作——金街。现在,金街只是粗具规模,却已经时尚气息尽显。据了解,完全建成之后的大上海城步行街呈双首层建筑,“东西连绵 430 米,南北迂回 280 米,贯穿二七路、人民路,登临其上,食府林立,名品云集,移步换景中,形成一条繁华的‘食空峡谷’。”大上海城副总经理姚利芳说:“当初接手这份工作,就是这条金街吸引了我。”

大上海的整体布局和建筑风格是内部人员一直引以为傲的。大上海的一位中层说:“我们不仅拥有许多郑州独家的店,而且郑州已有的店铺,在我们这里也展现别具一格的风采。如国美大上海旗舰店为了切合大上海的“时尚”定位,它一改传统的红蓝色 LOGO,采用了新的 VI,即体现年轻、活力的橙、绿两色。大上海城的过道非常宽敞,即使人流量很大,也不会显得拥挤。”据悉,陆续将有 3 万多张休闲椅投放在大上海城里。

姚利芳说:“我们被省旅游局授予了‘河南旅游景观点’称号,这是对我们大上海的商业布局、建筑风格的充分肯定。”



对郑州商企业内人士而言,Shopping Mall (超大规模购物中心,简称“摩尔”)这个名词并不陌生。2002 年 12 月开业的郑州汇龙城购物中心就号称中原首家 Shopping Mall,最后却惨淡收场,几易其主。

不过,郑州不少业内人士包括汇龙城的内部人员都认为,汇龙城并不能算是真正的 Shopping Mall,无论从经营面积、商业布局和经营业态上看,它还算不上真正的“摩尔”。

4 月 28 日,郑州大上海城首期开业,一个真正意义上的“摩尔”来了。然而,郑州一片平静,没有铺天盖地的宣传,没有万人空巷的涌入。随后的五一黄金周,媒体上可见的是,郑州丹尼斯和大商新玛特金博大店又一次成为主角。

5 月 22 日,大上海作为郑州首家“摩尔”已经试水 24 天,它在郑州现状如何?在新华建国饭店,记者采访了郑州大上海城商业有限公司副总经理姚利芳。

现在看到的还远不是大上海的全貌,它的主力店超市、城市主题广场、百货商场、酒店公寓还在筹建之中。让人憧憬的郑州第一条“酒吧街”还在招商,大型游乐场蓄势待发,郑州首家情景音乐餐厅“口味制造”即将开业。更美好的、更宏大的场景还在后面。

众商家看好“摩尔”未来

进入大上海城的,有一长串我们耳熟能详或仰慕已久的知名品牌。这里只需简单列举一下餐饮品牌,就可见一斑了,巨鲸肚黑猪餐厅、肯德基、必胜客、帝赛斯冰淇淋、韩膳图、土大力、嘻唰唰、正一味韩国料理、小嘴煲煲、一茶两

座茶餐厅、上花轿蛋糕房、马兰拉面……从这一长串让人流口水的名单里,我们不难看出商家对于大上海城这郑州首家“摩尔”的前景的态度。

5 月 18 日,屈臣氏大上海店开业。当天,该店的销售量是屈臣氏在郑州四家店中最好的。22 日,该店的值班经理刘小姐对记者说:“我们开业并没有做什么宣传,目前销售形势还是很不错,可以说是靠了大上海极强的人气吸引力。”

“我感觉前景应该相当不错,不仅因为这里地处二七商圈,还因为它是一家 Shopping Mall。”香港翡翠鸟大上海店的经理张地宾表现得非常有信心,“我们在厦门的 Shopping Mall 也有一家店面,那儿的生意非常红火,所以,一听说郑州也开了一家,我们马上就谋求进驻。”

当然,大上海城也在为了商户们的发展殚精竭虑。姚利芳说:“我们当然不会任商户自生自灭,我们会放水养鱼,尽力先做好培育期,同时也着眼于长远的发展。”

为烘托人气,现在的大上海城,大马戏团的表演每天上演,而请来的各路明星也将轮番登场。

首家“摩尔”的示范意义

毫无疑问,首家“摩尔”的出现,无论是对于郑州的消费文化,还是郑州商界的未来,抑或后来的“摩尔”都有着极强的示范意义。

城市理想。在许多西方发达国家,“摩尔”是一个城市的标志性建筑,因为它最能代表城市形象和现代化建设成就。姚利芳也表示:“我们希望,大上海城可以成为河南人的骄傲,可以让百姓享受更好的消费。”

本着这种考虑,从一开始,大上海城就谋求成为“国内省会级城市核心商业区内建筑规模最大、设计最新颖、业态规划最齐全、容纳商家最多、自然客流最多、建筑风格最具现代特色的复合型体验式生活中心。”

消费启蒙。姚利芳说:“我们希望给郑州人带来全新的消费体验,希望在不久的将来,一个巨型过山车可以从大上海城中间呼啸而过。目前,就设立过山车的可行性和安全性,我们正在同有关商家和专家协商。”

这种看似怪异的设想是大上海高层思虑未来的一个缩影。他们希望可以给郑州带来全新的感受。于是,就有了“第三空间酒吧街”,他们意气风发地宣布:北京风尚、上海格调、广州潮流,现代都市人的风情夜生活,雪茄、爵士、红酒、芝士和 Heineken,每个人都是这场潮流派对的新宠,在杯酒人生里,回味华丽风情的大上海城第三空间酒吧街。于是,就有了大上海汉宫网络休闲会所,它是郑州目前最大的网络休闲会所,集上网休闲、电子竞技、超市购物多项服务于一体;于是,有了华腾购书中心……

商业变革。从某种程度上说,商业规模化运营不仅是历史变革的要求,也是市场经济背景下的战略选择和“摩尔”发展的客观要求。郑州首家“摩尔”的诞生,将会使郑州的购物中心从单体迈向集约,商业步行街由室外变为室内的节奏迅速加快。

在大上海城的工作人员的名片背后,都印着这样一句话:“郑州最有影响力的复合型体验式生活中心。”这应该可以看作是首家“摩尔”的理想。后半句,复合型体验式生活中心,它已经做到了,也许以后可以做得更好;前半句,最有影响力,它还只是在路上。

时尚秀台

今夏最 in 单品 彩色波普包包



▲同为圆形波普图案的包包,这款就更具女人味儿了。



▲书包的造型,满是彩虹的波普图案,好有朝气!



▲圆点造型的圆筒包包,时尚 in!



▲哇,好像到了童话世界。可爱的 MM 一定要尝试的款型!



▲很有安迪·沃霍尔的创作感觉,绝对是 OL 的不二选择。



▲彩条纹包包,绝对是百搭单品!



▲粉粉的底色,小鸡图案很是可爱!

时尚生活

香水礼盒 精明选购

●满足你“百里挑一”的欲望

平日里香水礼盒量少而乏味,可一到节日交替时就会层出不穷,最大限度地满足你挑挑拣拣的乐趣和苛刻需求。所以在节日里选购是最佳时机,更有专为节日推出的限量礼盒意义非凡。但一定要提前下手,香水礼盒数量有限,时常很早就被抢购一空。

●用一瓶香水的钱去买全套香氛产品

有些香水没有现成的礼盒装,需要你挑选出其他同系列产品组合,但价格是累加计算的,并没有折扣。这类其实就是给你提供包装,任何时间购买都可以。还有一些礼盒才算真正超值,譬如香水、同系列香体乳、沐浴露等。

如果平时单独购买都比较费银子,但组装起来后却只卖一瓶香水的价钱,或者比一瓶香水的价格稍微贵上一点点,还是非常合算。

●考察各色礼盒,香体乳配香水性价比最高

市面上常见的礼盒搭配方式包括一瓶香水搭配同款香体乳、沐浴露、洗发水、护发素、mini 香、试管装、芳香皂等,而香水搭配香体乳的礼盒当下最实惠也最应季。

另外很有趣的是,同一香水品牌下的不同版本小容量香水套装,还有很多不同品牌 mini 香的组合,但这类在商场比较少见,一般可网购或从香港代购。

●度身定制礼盒,避免无用支出

有一些礼盒是可以由你来决定的,你可以依据需求自行搭配,避免无谓浪费。一般可选择的都是同系列的香体产品,自由度不是很大,比较适合用来犒劳自己。

武欣