

郑州“摩尔”在路上

——郑州首家“摩尔”大上海城迎来一周年庆典

本报记者 赵 毅

吃喝玩乐 另类主打

毫无疑问,相对于大上海城,郑州的其他商场最主要的精力都放在了吸引消费者购物上,后来者大上海城为人们演绎了一种另类的生存模式,将吃喝玩乐作为最大的卖点。

“吃喝玩乐购,尽在大上海城”。这是大上海城的一句重要的宣传语,“吃喝玩乐”被放在了“购”更靠前的位置。事实确实如此,一年中,大上海城陆续引进了必胜客、肯德基、百富烤霸、酒吧美食街、五楼美食美食、奥斯卡国际影城、汉宫网络、华腾书屋等吃喝玩乐项目。

特色项目使大上海城在二七商圈的激烈竞争中拥有了话语权,给大上海城带来了巨大的人流量。据悉,在大上海城闭店后,只要唯一还在营业的五星级奥斯卡影院还在放映大片,消费者的车辆就能够停在两万多平方米的停车场。

大上海城有关人士表示,“购”在大上海城依然占据重要地位,比如淄博运动广

场、屈臣氏、潮流驿站等,和“吃喝玩乐”一样,它们的主流消费者都在18岁至35岁之间,可以认为大上海城在用“吃喝玩乐”拉动顾客的购物需求。

品牌洗牌 做大蛋糕

品牌是一个大型商场的生命力所在。一周年店庆到来,大上海城再次重拳出击,意欲扩大经营范围,进一步增强竞争力。据介绍,这次招商的重点将集中在“购”上,如服饰、珠宝、化妆品等。

大上海城相关负责人表示,一年的养店期里,大上海城也经历了品牌洗牌的阵痛,最大的感触就是郑州的消费者很认牌子,那些知名度高的商家经营状况最好。所以,这次品牌调整的方向就是引进知名品牌。

据悉,大上海城将专门开辟出其一楼现有的服装折扣厅作黄金珠宝经营区域,有2600多平方米,开业后将将是郑州最大的



非专业性珠宝首饰商场。为了让珠宝品牌更好展示,他们特意留出了40多平方米的中厅。化妆品也是此次招商重点。大上海城招商部门人士表示:“一楼最重要的部分是为最重要的品牌预留的。目前,几个护肤品牌已经明确表示,将入驻大上海城一楼。”据悉,大上海城二楼还将针对学生群体,开辟场地做流行饰品、包包等。

一周年店庆只是大上海城发展中的一个节点,相对于他们宏大的目标而言,大上海城仍将奋力前行。

法规前沿

3项塑料购物袋国家标准 6月1日起正式实施

新门槛带来行业新格局

【最新进展】

塑料购物袋国家标准正式出台了。

笔者从国家标准委获悉,在经过征求意见稿等多道程序以后,3项塑料购物袋国家标准日前已由国家标准委发布,将于6月1日起正式实施。这3项国家标准分别是强制性国家标准《塑料购物袋的环保、安全和标识通用技术要求》(GB 21660-2008)、推荐性国家标准《塑料购物袋》(GB/T 21661-2008)和《塑料购物袋的快速检测方法》(GB/T 21662-2008)。

国家标准委相关人员表示,原计划的6项塑料购物袋国家标准现已合并为3项,目前有关塑料购物袋的国家标准已经全部正式发布,下一步重要的是做好标准的宣传贯彻工作。

根据《塑料购物袋的环保、安全和标识通用技术要求》的要求,塑料购物袋的最小厚度应不小于0.025毫米;塑料购物袋应有环保声明,如“为保护和节约资源,请多次使用”等内容;塑料购物袋还应有警告语和安全性说明,如“为了避免和防止窒息等危险,请远离婴幼儿”等,直接接触食品塑料购物袋应标有“食品用”字样。

《塑料购物袋的环保、安全和标识通用技术要求》还规定,塑料购物袋的标识需要明确袋的名称、标准编号、规格、公称承重等,如名称分为塑料购物袋(普通塑料购物袋)、降解塑料购物袋、淀粉基塑料购物袋(淀粉含量应不小于15%)等。其中,塑料购物袋的标识要用醒目的颜色,应不易褪色或脱落;可以采用印刷或喷涂等方法,但不应损害塑料购物袋的性能;每个塑料购物袋一般为一个标识,如有必要,可予增加;标识应位于塑料购物袋的明显处,塑料购物袋还应明确标识生产厂家名称等信息。

《塑料购物袋》则对塑料购物袋的感官提出了明确要求,塑料购物袋一般为树脂本色或白色,其他颜色应由供需双方商定;塑料购物袋不应有明显异味;袋膜应均匀、平整,不应在有碍使用的气泡、穿孔(不包括透气孔)、塑化不良、鱼眼、僵块、丝纹、挂料线、皱折(不包括折边等正常折叠引起的折痕)等瑕疵;有印刷的塑料购物袋其印刷的油墨应均匀,图案和文字应清晰、完整,印刷剥离率小于20%。

标准还对塑料购物袋的术语与定义以及提吊能力、封合强度、漏水性等物理力学性能,塑料购物袋的包装、运输和贮存等提出了要求。

【追踪阅读】

中国塑协塑料再生利用专业委员会副会长董金狮告诉笔者,目前全国生产塑料购物袋的企业有6万家左右,其中年产量在1000吨以上的规模企业在1500家左右。塑料购物袋国家标准正式实施后,预计全行业有1/3的企业能够达到标准的要求,1/3的企业需要升级改造才能达到标准的要求,1/3的企业则可能面临被淘汰的危险。

董金狮提醒说,广大企业应尽早熟悉、了解和学习国家标准的相关要求,在6月1日标准正式实施前作出相应的调整。同时广大企业应当尽快起草相应的企业标准,根据国家标准的要求和各自的目的,将标准内容细化。

“全国每天使用的塑料袋重量在200万吨左右,限塑令实施后,预计每天全国塑料袋的使用量会减少2/3左右,能有效节约资源和减少污染。”董金狮说。

徐建华

时尚看点

与跨界车逍客一起北度春光



在城市的森林里穿梭太久了,需要给灵魂一次升华的机会。现在,波波车主征集令就邀请您和逍客一起北度春光!

只要是城市中的波波一族——有点儿理想、有点儿激情、有点儿内心、追求自由,无论身处何地,都积极地面对生活——恰如东风日产的高性能跨界车逍客那样,每一面都分外精彩,那么就收拾行囊和我们一起出发吧!

参与本次由东风日产组织的“跨界逍客 心怀天下”——2008关怀行动,就可以完成由上海和武汉分别出发,最终到达满洲里的自驾游行程——跨越纬度18°,行驶3000多公里,一路追随春光。在这个过程中,你可以感受到逍客车应付各种环境出色的跨界能力,了解逍客舒适平稳、环保省油等多方面优势,更可以和逍客一起释放您的爱心,参与到公益活动中来——通过自己的点滴行为,还给大自然以天然宁静;为草原的孩子送去你对他们的关爱。为他们展示外边世界的精彩,感知异样的生活环境,也带走一路的祝福、更多的欢乐。

文华

奥运商情

海尔奥运家庭总动员 本周末举行

由海尔郑州分公司与郑州市体育局等联手推出的“海尔金牌奥运家庭总动员”全面启动。记者从郑州海尔公司得到确认,该活动将于本周末(5月10日至11日)在二七广场隆重举行。

海尔金牌奥运家庭总动员活动是经中国奥委会市场开发委员会批准,由2008北京奥运会白色家电唯一赞助商海尔主办的大型主题迎奥运活动。该活动将从今年5月至8月,在全国42个城市举行。本次郑州站活动将由海尔郑州分公司与郑州市体育局及众多媒体联手推出。

据悉,本次活动将延续“我们是奥运的主人”这一海尔奥运传播主题,通过动员广大市民家庭参与系列运动来体现“生活奥运”的活动内涵。具有以下亮点:

亮点一:参与对象为普通家庭,以创建健康、和谐家庭服务和和谐奥运;亮点二:活动板块的情趣化、健身性;亮点三:重磅大奖。

此外,海尔特别将“五一”期间优惠及馈赠活动延长到本周末(5月10日至11日),以配合海尔金牌奥运家庭总动员的开展。届时,凡在郑州市指定卖场购买海尔整套家电的市民,均有机会获取海尔笔记本电脑、海尔数码相机、海尔彩电等“金牌家庭”超值大礼。



楚天堃

河南移动“迎奥运 强素质 健康快乐行”活动举行

4月30日,河南移动“迎奥运 强素质 健康快乐行”活动豫中片区启动仪式在郑州分公司隆重举行。河南移动公司工会以及郑州、开封、商丘、许昌分公司工会负责人参加了启动仪式。

随着2008北京奥运会的日益临近,以弘扬奥运精神、展示健儿风采为主题的文体活动在全国各地广泛开展起来。在这个背景下,河南移动公司工会将奥运理念与企业文化有机结合起来,为提高员工身体素质,强健员工体魄,丰富基层员工业余文化生活,精心组织筹备了“迎奥运 强素质 健康快乐行”系列活动。本次活动是在去年“企业文化走进营业部——健康快乐行”的基础上,经过内容的拓展、形式的丰富、规则的细



化,一方面持续推进岗位技术练兵,增强员工主动学习的意识,营造浓郁的学习氛围,不断提升大家业务水平和个人素质;另一方面通过开展趣味运动比赛,丰富基层员工业余文化生活,引导大家树立“每天锻炼一小时,健康生活几十年,快乐生活一辈子”的

理念,从而以积极的心态、健康的体魄和饱满的热情投入到工作之中,促进河南移动实现从优秀到卓越的新跨越。

在启动仪式上,河南移动公司工会主席崔国平发表了热情洋溢的讲话,对“健康快乐行”活动给予了高度评价并表示热烈祝贺,同时详细阐述了“健康快乐行”活动“喜迎奥运、健康成长、快乐生活、促进和谐”的主题,以及通过活动进一步诠释企业价值观,宣传贯彻中国移动企业文化理念的重要意义。

活动当天,进行了花样接力赛、集体跳大绳、慢跑自行车、三人篮球赛、团队踢毽子五个趣味性体育项目的比赛,同时还进行了office办公软件应用技巧的比赛。

宋笑琳

全员健身 紫百与奥运同行

在2008年奥运会即将到来之际,为弘扬奥林匹克精神,实践全员健身与奥运同行的宗旨,新加坡时计宝(郑州)紫荆山百货组织开展了“第一届员工健身活动展示赛”。这次活动得到了全体员工的积极响应,参加人数之多,活动内容之丰富,活动时间之长,为紫百历届活动之最。此次活动共有包括公司高层领导在内的800多人参加,比赛项目包括“摸爬滚打、跳绳、托球跑、踢毽子、拔河”等五个阶段的活动,比赛时间从4月8日开始至8月8日奥运会开幕时结束,历时四个月,真正

体现了“与奥运同行”的宗旨。

目前,第一阶段活动已经结束,员工们普遍感到奥运来临时的气氛,精神面貌有了明显的改观,同样重要的是:每个人都通过锻炼,增强了体质;同时,现场热烈的气氛和员工们高昂的热情也吸引了一些附近的市民,他们纷纷驻足观看,有的干脆直接投入到比赛的队伍中,给车水马龙的紫荆山又增添了一道亮丽的风景。

时计宝紫荆山百货工会主席席志强说:“我们希望通过这次活动的举办,为奥运呐喊助威,为中国加油



喝彩;同时我们也希望能够借奥运风在公司建立起一支团结紧张、严肃活泼、身体健康、乐观向上的优秀员工队伍。”

赵佳

企业速递

大商新玛特郑州总店 万份问卷拷问优质服务

在如今的商战之中,只有前瞻性把握服务需求和消费方式的新型百货,才能在千变万化的市场中站稳脚跟。为此,大商新玛特郑州总店以创新服务为核心,在深入了解顾客消费习惯和爱好的基础上,对如何做精、做细商场服务展开了自己的探索。

深入调研拓深商业服务内涵

近日记者发现,在二七广场和花园路商圈附近,很多身着统一服装的礼仪人员正在进行一场市场调查活动——大商新玛特郑州总店进行的商场服务调查,这种提升服务内涵的革新姿态,表明了大商新玛特郑州总店作为中原商业领跑者的

态度和魄力。

“本次服务调查主要针对我们的目标客群开展,调查范围涉及花园路商圈企事业单位、二七商圈以及周边地市,调查内容包括商场软性服务及硬性服务,主要有商场服务项目、服务设施、购物环境、会员服务六大块。”大商新玛特郑州总店人力资源部部长尚浩对记者介绍,“整个活动期间我们一共发放调查问卷10000余份,共有9100余人接受问卷调查,取得有效问卷9000余份,取得的效果非常好,我们更是掌握了很多消费者新的消费心理和发展趋势,这对于我们是千金难买的重要资源。”

在市场竞争愈发激烈的情况下,深入发掘服务内涵就成为了大商新玛特郑州总店唱响中原商界的一场重头戏,大商新

玛特郑州总店将服务全面升级,提出建立员工、供应商、消费者三大服务体系的创新理念,特别强调以消费者为中心,为消费者提供各类软硬件特色服务、增值服务,提供卓越的消费环境。这次广泛深入的服务调研是在这个背景下进行的。

创新服务凸显高端精品定位

据记者了解,以商场为主体,如此广泛地开展服务主题的调查还属首次。面对市场,面对顾客不断变化的消费趋势,如何站在主动位置,在迎合广泛需求的同时获得长足发展,大商新玛特郑州总店的做法无疑给其他商家做出了一种表率。

据记者了解,创新服务将会成为大商新玛特郑州总店服务的一大特点。对于会员,大商新玛特郑州总店推出“尊崇、尊

贵、尊崇”的会员待遇,在大客户服务方面,定期拜访、送货上门、免费停车等各项服务将全部展开。对于外地大客户,将推出DM邮寄、电话拜访等服务。而无障碍残疾人通道、残疾人卫生间、母婴室等的建立,将为有各种需求的人士提供更为细致的个性化服务。

此次调查活动,大商新玛特郑州总店深入了解广大消费者的购物习惯,从而对顾客在商场设施及服务等方面的各种需求更好地予以掌握。大商新玛特郑州总店作为中原地区首家旗舰店,首家一站式购物体验地,所要带给消费者的显然是更为丰富的内容。在优质的服务之上,引导最新的消费时尚,建立全新的消费理念和模式,大商新玛特郑州总店必将能够真正给消费者带来愉悦。

王睿