

本报讯 春节将至,郑州百货业迎来了新的消费热潮。今日,新玛特总店2010年“血拼季”正式开始,接下来的几个周末,商品打折、购物返券、会员优惠、特卖等各种营销手段将陆续登场,为新春的到来再添一份狂欢气氛。

据悉,新玛特总店主题为“意料之外的折扣”的促销从今日启动,1月8日~10日,300个品牌3至7折,重磅品牌折后满880元再送220元礼券,此外还有高倍积分、满额赠礼等促销手段,购买两万元团购券可获赠2000元礼券。

2009年,郑州有商场在店庆时也推出全场7.5折的折扣,此次新玛特总店全场近一半的品牌3至7折,当真称得上不惜血本。

新玛特总店的2010“血拼季”包括5期,除了本周的“意料之外的折扣”,接下来还会有“情理之中的返券”、“久久难忘的高倍积分”、“精打细算的换券”、“新年如何抄底”等一系列促销活动,连环出击,如水银泻地,再一次尽显该店“大营销”的销售理念。

据新玛特总店人士透露,2010年,该店将进行大规模调整,一个崭新的新玛特总店即将亮相。

例如,品牌数量将会增加100个,该店将通过扩大经营面积、压缩单位品牌面积增加品牌数量;品牌档次、品牌阵容全面升级,一些支撑性品牌、竞争店品牌将被引进,还将引进一些独有品牌;而店堂氛围、专柜形象也会得到提升,让消费者有更好的感受。

现在,新玛特总店2010年将会呈现何种面貌仍是未知,而该商场创新营销的战略依然不改本色,2010年的春节前夕也因其“血拼季”增加了几分热闹气氛。

(赵毅)

两年内实现规模化专业化

大商超市河南蓝图浮现

本报记者 赵毅文 李利强 图

1月6日,大商超市绿城广场店开业,这是大商集团在中原地区的第13家新店,至此,大商集团在河南省的超市数量达到9家。1月7日上午,大商集团郑州地区集团副总裁兼超市公司总经理杨旭东接受记者采访时表示:“立足于郑州市场,使大商超市在河南形成规模化、专业化,这是我们近两年的目标。”

场租赁经营形式,将由大商郑州地区集团全面操盘,实现统购统销。

杨旭东认为,这次开业的绿城广场店的业态涉及到超市、电器和餐饮。这样做的好处是为市民提供了一站式购物消费的便利,在满足消费者购物需求的同时,营造一个休闲娱乐的场所。

3年前的2007年1月,杨旭东卸任河南世纪联华超市有限公司总经理,三年后的今天,杨旭东再回河南商业市场,身份已是大商超市在河南发展的操盘手。他的这一次转身,带来的不仅是大商超市在郑州乃至河南的快速发展期,或许还有整个河南的超市业的风云变幻。

杨旭东表示,春节前夕将争取使位于富田太阳城的2万余平方米的千盛生活广场开业,位于郑东新区的千盛宝龙店也会在五一之前开业。他特别强调,目前,郑东新区

的商业,在点、线方面都还没有真正成型,千盛宝龙店拥有百货、家电、超市三大业态,它的开业不仅会成为这一带的消费亮点,也会使郑州市的社区商业更加成熟。

据了解,目前,大商集团在河南已拥有店面21家,其中已开业店铺12家,河南各店铺年销售达到35亿元,并且还在酝酿加快超市开店计划,谋划年销售实现100亿计划。大商超市绿城广场店的开业已使大商在河南省的超市数量达到9家,待到“五一”之后,11家超市的规模将使大商在河南更有集团作战的优势。

目前商业市场仍在金融危机的阴影之下,大商超市的高速发展是否选对了时机?对此疑问,杨旭东表示:“时机永远是正确的,因为时光不能倒流。”他解释,一方面市场竞争十分激烈,时机不等人;另一方面,目前大商百货在河南的发展已经

有了一定的基础,可以和超市形成相互互助、相互促进的发展局面。



1月6日上午,凛冽寒风中,数千市民拥挤,等待大商超市绿城广场店正式开业。该店位于绿城广场南边的龙源名都国际,经营面积达到16000平方米,兼具超市、电器、美食广场三种功能。开业典礼上,大商集团郑州地区集团总裁皇甫立志表示:“预计年销售额将达到2亿元,利税将达到1500万元,可安排就业1200人。”

目前,郑州市场许多卖场采用的是租赁经营。在2009年金融危机阴影下,许多业内专家指出,只有自主经营才能保证商场的活力和动力。在据悉,大商超市绿城广场店的运作是大商郑州地区集团的一次重大战略调整,它打破了运行很久的卖

消费指南

吸油烟机使用技巧

吸油烟机使用一段时间后,会沾满油污和灰尘,影响使用和美观,因此必须经常用干布或沾有中性清洁剂的软布擦拭外壳、内腔等表面和清洗滤网,还要定期做好机器的内部清洗保养,以保持其干净卫生,延长使用寿命。

吸油烟机安装技巧

吸油烟机安装位置、高度及出风管走向选择的好坏,可以直观地影响吸油烟机的吸油烟效果。要获得较好的吸油烟效果,吸油烟机应安装在燃气灶具中心点正上方位置上,其底平面与燃气灶具之间的距离要适中。

尽量不要把吸油烟机安装在门窗等空气对流较强的位置附近,以免影响吸油烟效果。出风管不宜太长,最好不要超过2米,而且尽量减少折弯,避免多个90度折弯,否则会影响吸油烟效果。

吸油烟机使用常识

使用时,一般应在打开燃气灶前1~2分钟启动油烟机。启动时最好应用高速挡启动,启动后可根据厨房烟量大小换成高速或低速。

吸油烟机应在做完饭燃气灶关闭后继续工作3分钟或更长,保证把房间空气换新一次。

使用时,距烟机很近的窗户应关严,把门开一条缝,防止形成比较大的空气对流,并能及时补充厨房内空气。

专家建议:清洗吸油烟机最好找厂家的专业服务人员,最好不要选择马路清洗人员,以免上当。

段晋玉

新闻+1

栏目记者 赵毅

杭州商场上演和二氧化碳“赛跑”

新闻:据《每日商报》报道,从去年到今年,杭州几家商场上演了一场和二氧化碳的“赛跑”。从格栅灯到节能灯再到金卤灯,从电空调到溴化锂空调,营业时间推迟、运用太阳能技术……有的商场改建办负责人甚至自费去香港、台湾等地考察。

去年,杭州所有商场都抛弃了格栅灯,银泰武林店在去年8月全店启用节能灯。杭州大厦里的

格栅灯全部换成了金卤灯,虽然一次投入的成本是格栅灯的1倍多,但是能比原先省电20%。解百在所有楼层都装上省电器。百大则将商场顶部的灯全部变成了节能灯。

视点:商场推行“低碳”概念并不只是推广环保购物袋而已,杭州商场的一系列行动表明:实际的节能减排和推行环保概念一样重要,后者是社会责任感,前者

则是实实在在为社会节约能源。

目前,寒流给人们的生活带来很大影响,但我们可以看到许多城市的主管部门都给商场下了“限温令”。百货店是一座城市的时尚地标,同时,也应该成为节能环保的模范公民。在金融危机、能源紧缺的时代背景下,任何一个公民都有责任爱护环境、节约能源,为了身上的那份社会责任,更为了人类的明天。

南京商场突出休闲消费功能

新闻:据《新华日报》报道,岁末年初,南京商家纷纷选在这一喜庆的时日开业。细细琢磨许多新开业的店,不难发现它们有个共同之处:除了购物外,无一例外突出了休闲功能。

许多新开商场几乎将所有微型商业业态“一网打尽”,建材、家居、超市、百货、电影、游泳馆、健身中心、电玩城、量贩的卡拉OK、

运动服装城、数码广场、餐饮等一应俱全,而其中的休闲部分无一例外成为重中之重。

视点:如果说“提袋消费”解决了消费者的物质需求,那么“非提袋消费”则满足了消费者的精神需求。可以说,“非提袋消费”的快速增长反映了时代的进步。

有业内人士表示,休闲购物

中心与传统购物中心的区别在于,前者把休闲娱乐放在第一位,也就是说,传统购物中心关注的是“提袋消费”,提袋率是评价一个购物中心好坏的传统方式。然而,现在的休闲购物中心关注的是“非提袋消费”,消费者空手进去,有可能空手出来,可是他们的消费额有可能比提着袋子的消费额更多。

王见宾

消费提示

微波炉加热要选对容器

使用微波炉加热食物方便、快捷,但是如果加热食物时选择的加热容器不适合,不仅可能产生相当于通过传统加工方法让食物糊掉的危害,还可能更甚。

使用微波炉加热食品的关键是在食物容器的选择上。专家指出,一般情况下,普通塑料容器不能用来微波炉加热,因为其原料中含有的添加剂、粘合剂、染料在高温下溢出的可能性很大,容易对容器内的食物造成污染。

专家建议,使用微波炉加热食物时,要严格按照微波炉的使用说明挑选正确的容器。此外,即便用于微波加热的塑料容器,在加热时也要尽量选择油少的食物,以防容器上可能会产生的有害物质溢出。

杨兰

商情资讯

紫百赢得2010年开门红

本报讯 1月1日,紫荆山百货顾客来来往往,络绎不绝,发放礼品的地方更是不时排起长队。据悉,紫百在元旦的三天里销售十分火爆,同比增长30%以上,赢得了漂亮的开门红。

元旦假期期间,紫百推出了“送九赢十”的买送活动。300元起送,每多200元再加送一种礼品,到1900元的时候,就能得到九种礼品。当顾客购物满2000元的时候,加10元钱就赢得十重大礼一份。实惠的活动,实用的礼品,吉祥的寓意,获得了消费者的赞赏和认同。

2009年郑州商业市场形势是先抑后扬,前大半年里,在经济危机的持续影响下,增长步伐十分缓慢,从9月份开始,经济逐步回暖。郑州广大消费者的购物欲望和消费能力急剧攀升,各大商场屡屡创出销售佳绩。

紫百总经理甄玉梅表示,本次元旦紫百顺应时势,运用传统营销和连环营销相融合的策略,赢得了广大顾客的认同,聚集了人气和新年的运气,取得这个开门红在预料之中。

据悉,紫百2010年开门红的营销计划中,从元旦到春节,一直贯穿低调、实惠的营销风格,强调新年喜庆的节日气氛,融合会员营销、传统文化营销等策略,将在2010年春节前给消费者带去最实惠、最喜庆的购物享受。

(朱庆华)

五星电器启动新年特卖

本报讯 随着新春的临近,一年一度的春节促销热潮即将启动。1月7日,五星电器表示,为满足消费者的送礼需求,将以2010年春节为契机,拿出超千万资源用于春节促销,影视、洗衣机、手机、数码等重点品牌将全面放价,平均价格将低于家电市场正常售价的10%到15%,而本周五星电器开始掀起的新年特卖降价风暴对消费者来说无疑是一个绝对利好的消息。

新春家电市场一般从元旦后启动,延续到春节。随着家电更新换代新一轮高峰的到来,这1个月家电消费的总量约占全年家电消费总额的近20%。其中彩电、洗衣机、通讯、数码等产品品类的比例会更高。河南五星电器有限公司总经理战卉表示:五星采购的大宗促销赠品也已经到位,从本周开始,春节促销活动天天都会有。五星此次活动中提供的一整套价格、服务和商品优惠策略,一定可以满足消费者的需求。

(王绪波)

消费热点

自制个性化挂历成新宠



过去每逢

新年前夕,形形色色的挂历必定挂满商场书店。但今年,传统挂历却形同

“老皇历”,销售大不如前,取而代之的是各种各样的自制个性化挂历。

记者发现,多家照片冲洗店前近日排起了长队,市民大都是前往订做或领取自己的个性化挂历,内容各有所异,有的是旅游照,有的是情侣照,有的是全家福,还有的是书法作品、绘画作品等。

“这挂历是量身定做的,世上只有这一本!”市民王小姐的挂历俨然一部成长日志。挂历首页是全家福,往后12个月是孩童时、读书时、婚后家庭生活等的照片,在父母生日、自己的结婚纪念日、孩子的生日等日子,还印上一颗爱心标志。

而且,个性化挂历也不难做,计算机软件专业的小刘告诉记者:“网上有专门的挂历制作软件,只要按照提示,点几下鼠标就可以,将处理后的数码相片拿到店里冲印,再加上膜便可制作完成。”

相比之下,传统挂历的销售大不如前。对此,不少市民认为是必然的。白领小陈说:“我一般不会购买挂历,平常看日期都用手机,现在手机、电脑、电子辞典都有日历,用起来比挂历方便多了。”他认为,挂历无非实用和装饰两种功能。挂历的实用功能逐渐弱化,现在大都只注重其装饰功能了。买现成挂历还不如去买成品画。

朱青松

王子白马翩翩来

人生得意须尽欢,莫使金樽空对月——好几次朋友们聚会,一起饮用茅台王子酒的时候,那些自诩的或者被“尊封”的“酒仙”总是这样感叹,如果不看包装,单凭品酒,还以为这就是53度茅台呢。

还真别说,经常喝茅台的朋友,一与“茅台王子”交上了朋友,久而久之,便对它产生了一种格外偏爱的情谊。一来省去不少酒资,二来又能享受到“贵州茅台”的韵味——耐品、受吞、不刺喉、不口干,即使稍稍过量,也不会有头昏脑沉、翻江倒海的生理反应。

迄今为止,茅台王子酒推向市场已经五年多,可它的身价仍未被多数人认知。实在是养在深闺人未识。其实,酒的品位与人的品位一样,只是一种人的意念理想状态,只有对它进行消费,才能从真实体验中逐步获得视觉、嗅觉和味蕾的审美感。法国社会学家皮埃尔·布迪厄就说过“判断品位的的关键是,相似但不相同”。

茅台王子酒出身名门,生成基因自然就决定了其品质与品味具有一脉传承的世袭品位,那么,茅台王子酒与53度茅台酒是什么样的“亲戚”关系呢?

茅台集团董事长、总工程师季克良——这位在中国白酒界很有影响力的酿酒大师,这样解释茅台王子酒和53度茅台酒的关系:“这不能简单地等同起来讲,53度茅台酒无疑是中國最好的酱香型白酒,但茅台王子酒,不管是53度的精品,还是中低档品种,也是品质优秀、茅台酒品风格很鲜明突出的高档酱香型白酒。”

季克良解释,这样定位的根据有三条:一、茅台王子酒采用的原料与茅台酒一样,都是茅台酒原料生产基地出产的优质糯高粱和小麦。二、完全按照茅台酒的酿造工艺与质量管理标准要求进行生产。三、尽管平均酒龄没有达到五年,但在勾兑工序上,是用生产过程中自然生成的酱香、醇甜香和窖底香这三种典型体酒进行“酒勾酒”融

