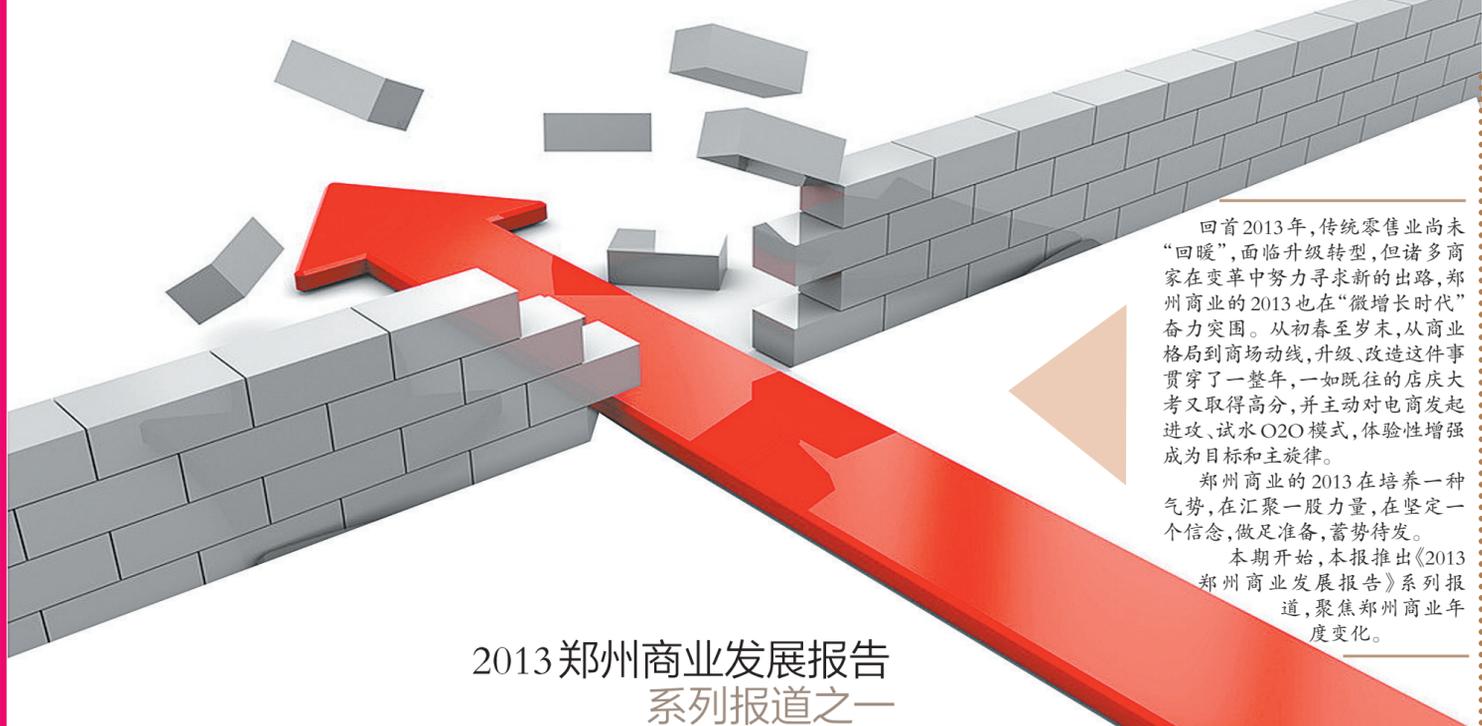


商业观察 时尚消费



### 2013 郑州商业发展报告 系列报道之一

# 思变图强 突围微增长时代

本报记者 武斌

## 营销发力 成绩可圈可点

回顾2013年,郑州商业的营销活动实现创新,体验性越来越强。

从技术层面来讲,微信营销是今年最大的亮点,五月一日,郑州国贸360广场花园路进口处陈列出巨型二维码,率领郑州商业进入微信营销时代,诸商家纷纷将微信平台应用于每一次营销活动中,随着粉丝量的增加和活跃指数的提高,微信营销的影响范围逐渐扩大,在12月9日刚刚结束的大商新玛特金博大17周年店庆活动,精细化微信营销助力其打好收官之战。

除了微信营销,大型主题展、圣诞点灯仪式等文化营销在今年铺展开来,中原万达广场的“郑州记忆展”,二七万达广场的“航天展”等主题展,百货商场则从明星进店等活动来丰富文化营销。

诚然,“体验”二字是目前乃至未来很长一段时间商家营销的发力点,更是店商优势最大化的核心,但对于消费者来讲,折扣力度越大越能激发购买欲。

丹尼斯人民店17周年庆推出1200

回首2013年,传统零售业尚未“回暖”,面临转型升级,但诸多商家在变革中努力寻求新的出路,郑州商业的2013也在“微增长时代”奋力突围。从初春至岁末,从商业格局到商场动线,升级、改造这件事贯穿了一整年,一如既往的店庆大考又取得高分,并主动对电商发起进攻、试水O2O模式,体验性增强成为目标和主旋律。

郑州商业的2013在培养一种气势,在汇聚一股力量,在坚定一个信念,做足准备,蓄势待发。

本期开始,本报推出《2013 郑州商业发展报告》系列报道,聚焦郑州商业年度变化。

## 试水O2O 融合线上线下

“2013年电商对实体百货的冲击进一步加剧,电子商务渗透到行业各个领域”宋向清说。

11月11日,天猫吸金350亿元,这个数据再次震撼业界,于此,关于店商、电商比拼的“掐架”更加激烈,一定要分出个胜负?

事实上,从去年开始,店商就意识到如何应对电商冲击的问题。“双十一”之前,O2O模式大受追捧,店商也纷纷瞄准O2O模式。国内除了银泰百货、王府井百货、新世界百货等纷纷“试

水”外,诸多企业意向明显,而在郑州,聚焦O2O模式主要体现在百货业态。

记者了解到,大商新玛特金博大店从8月份开始确定要试水O2O模式,并同集团联合探讨,通过模板、形式、物流等来改变大商网原有的经营模式,预计2014年全新上线,届时先给金博大店铺留一接口,在其他方面到位后,最快2年内实现O2O模式。

而王府井百货郑州店在今年“双十一”活动中,已率先跟进O2O模式。“电商不会一统天下,实体店更加

返1200的超大力度,BHG北京华联郑州店常在周末推出女鞋45换100活动,大商新玛特郑州店5周年庆典单日销售超2亿元,丹尼斯人民店16周年庆典单日销售突破3亿元,“双十一”期间,丹尼斯花园店、王府井百货郑州店等商场交易额可观。

从省商业协会提供的数据来看,2013年郑州商业同比增长13%,表现出人意料。“虽然客观存在很多困难,但是河南零售业的情况还是好于全国。”河南省商业行业协会会长张慧玉说。

不会消亡,传统零售与电商携手将蛋糕做大才是明智选择,O2O将取代C2C和B2C,这就是互联网的未来。”大商集团郑州地区集团总裁皇甫立志说。

近日,万达集团董事长王健林也对媒体称,将结合万达特点的线上线下融为一体模式于12月24日进军电商,届时先从旗下6个广场进行电商的试点,中原万达广场和二七万达广场均在范围内。店商与电商强强联手,O2O模式或是在零售业微增长时代最有力的突围手段。

## 大商金博大17周年庆 销售额突破两亿元

本报记者 武斌

12月9日,大商新玛特金博大店17周年庆活动圆满结束,据商场统计,4天销售两亿多元,这个数据刷新了历史销售纪录,而此次活动中,带着“金字招牌”的服务和营销也再次赢得良好口碑。



### 两亿数据 全新纪录

金博大店庆期间,30%的销售来自外地消费者的贡献,在二楼淑女品牌Ochirly和5plus(+)店内,人多得几乎没有落脚的地儿,其郑州区厂家主管甚至站在凳子上用麦高呼“99返60,买衣服送打底了。”

“12月8日凌晨12点30分送走了最后一个顾客。”大商新玛特金博大店营销部长卢莲莲告诉记者,很多消费者手里拿着十多个购物袋,每个付款台后面都排着100多人的队伍。

“如果不是受到严重雾霾天气的影响,高速封路,外地消费者无法到达,12月8日就能多卖1000万。”卢莲莲说,“店庆最后一天是周一,当天卖了4000多万。早上都开始减少活动点位了,没想到中午客流又上来了。”

据悉,金博大店庆实现销售两亿元,12月6日,店庆首日销售突破1亿元,其中有70%的品牌突破单店最高销售纪录,共实现5个千万柜、50个百万柜,120个50万元柜。

### 服务营销 创造惊喜

店庆期间,商场的每个楼层,有数个礼仪小姐向消费者提供热茶水,同时,所有的保洁员、保卫员也担起了导购的责任。

“店庆这四天每晚7点颁发品类销售冠

军奖。”据卢莲莲介绍,此次店庆为供应商和厂商也做了很多服务,比如超市食品品类的试吃活动,即便占主干道也是免费提供位置。

在店庆开始前,金博大已对报纸、微信、公交等15种媒介开始大力宣传,通过对客层的精准预估进行投放,此外,金博大今年店庆超去年近1亿元的增长表现,还得益于丰富的营销活动。大商新玛特金博大店总经理张杰说:“今年的活动设置特别吸引人,每一个品类的返券的档次和力度细化,带给消费者利益最大化的同时,增加其停留时间。”

### 收官之后 从新起航

“未来要创造更多的惊喜给消费者,供应商和员工。”张杰表示,今年金博大在推行全新的营销策略,另外,商场也根据消费需求的变化,不断调整产品结构。

据介绍,大商新玛特金博大一期改造将于2014年初启动,逐层加固拓宽,重新规划升级,此后将进行二期改扩建,与一期交相呼应,不久后,大商新玛特金博大将以一座18万平方米的商业项目全新亮相。

“未来新的金博大店将带给消费者新体验和新时代,‘以百货为主的购物中心’还将带给消费者新的感官刺激。”大商集团郑州地区集团总裁皇甫立志表示。

## 消费资讯

### 蓝天茗茶 举办茶意生活品鉴会



本报讯12月8日,蓝天茗茶·茶意生活品鉴会驻马店站举行,茶界大师林治亲临现场,与到场的百余名客户共同探讨“茶的中国式生活”话题。

现场,蓝天茗茶总经理王继光介绍,除了其原有的三大拳头产品信阳毛尖、信阳红茶和蒸青玉露外,蓝天茗茶新上市六大茶类新品。自4月份推出46款茶类新品后,蓝天茗茶又新推铁观音、大红袍、金骏眉、福鼎白茶、安化黑茶等17款茶品。

此外,与会者在现场也欣赏到了蓝天茗茶自创的中国风茶艺唯美表演《水之音》。美茶界泰斗林治更是结合中国人特有的生活方式,总结出适合中国人的喝茶养生之道。

蓝天茶业副总经理孔明洋表示,对于目前蓝天茗茶的发展规划,2014年的品牌体系建设趋于完善,接下来将坚持众多成功运营的营销策略和展开大规模地开拓市场的推广活动,把蓝天茗茶再推向一个新高度。(刘会娜文/图)

### 郑州国贸360广场 休闲生活馆开业

本报讯(记者 武斌)今日,通过近一个季度的改造,郑州国贸360广场三楼休闲生活馆开业,全新打造出涵盖儿童零售、早教、休闲娱乐、轻餐饮为一体的360度休闲生活馆。

“我们非常看重年轻家庭的消费潜力,将两口之家的青春时尚延伸至三口之家的消费模式,孩子在某种程度上影响家庭消费趋向,这也是郑州国贸360广场重点‘照顾’的群体。”郑州国贸360广场相关负责人表示。

据了解,休闲生活馆吸引20余家儿童、休闲、生活业态领先品牌入驻,包括“ROOKIE”、可爱甜心“米粒家”、老黑造型、爱斯可利等。其会员中心也同步搬至此区,即日起至12月15日,凡在郑州国贸360广场任意消费,便可在会员中心免费办理会员卡,还可领取灵情侣钥匙扣1对,持十二星座会员卡可在休闲生活馆任意消费,均可获得双倍积分大礼。

### 校园课本剧参赛小演员 走进爱馨养老院

本报讯近日,由中央电视台主办,郑州金凯盟文化传播有限公司承办的中国首部中小学系列校园课本剧《语文故事》发布会暨小演员河南海选活动在郑州举行,河南组委会携30多名参赛小演员们走进爱馨养老院,为现场的100多位老人带来精彩的慰问演出。

据介绍,《语文故事》系列共104集,以中小学校园课本内容为题材,遵循课本的原意,以情景再现的形式改编,将根据不同的故事内容在全国取景拍摄,爱馨养老院将作为拍摄基地之一。(石森)



12月12日,河南健身品牌翘楚——维体集团旗下绿色健康沐浴第一品牌维雅水疗酒店·联盟新城,在郑东新区建业总部港后揭幕剪彩。赵梓静摄

**Aimer**  
爱慕 更好的自己

**爱慕一家人·幸福升温**

拍照时,儿子一直很好奇为什么我的暖衣是用咖啡豆做的,爱慕暖衣系列,面料采用咖啡碳黏胶与腈纶、莫代尔混纺的素材,轻盈保暖。“暖咖”具有优越的吸湿发热、亲肤性能。暖咖是将咖啡碳黏胶与腈纶、莫代尔混纺的素材,其手感丰厚柔软,轻盈保暖。咖啡碳黏胶是将咖啡渣回收后制成纳米粉体,再注入黏胶纤维液中抽丝获得,具有环保意义。

**幸福升温 爱慕一家人**

爱慕郑州团购热线0371-66223305

升级调整 变化史无前例

将二七商圈打造成为千亿级商圈。老商圈的提档升级将使郑州商业发生质的改变。

采访中,河南省商业经济学会常务副会长兼秘书长宋向清说,从近两年的销售情况来看,一亿元不是问题。

这一年,二七商圈各大商业项目按规划紧张推进中,据悉,华润万象城日前发布招商成果,并将于2014年4月19日正式开业;丹尼斯大卫城的筹备也已接近尾声,大商新玛特金博大一期改造二期改扩建工程将于明年启动,商业巨鳄扎堆发力,共同绘制着二七商圈升级改造后的宏伟蓝图。

此外,二七商圈德化步行街等多个重点区域也正在全面调整中,通过打造,二七商圈颠覆性变化雏形初显。

在2013年,丹尼斯七天地增加餐饮比例,而有些商家则针对定位大“换血”,大商集团郑州紫荆山百货的三层和四层在夏季重装升级,表现最为突出的是郑州国贸360广场,升级调整用尽大半年时间,每个楼层均有大的变化。

商场及时充电,改变“造型”后,环境、氛围、体验等都会发生很大改变,提升品牌形象、满足消费者心理诉求,这不仅给商家带来直接利好,刺激消费,而且也有利于商场其他工作的开展,表明商家在不断进步,在一个长期的、动态的、深入的分析研究基础上,迅速判断市场变化。

## 食客出发

### 美味之旅开始啦

即日起,本报推出《食客出发》美食尝鲜栏目,读者可参与以下特别惊喜活动。

此外,本期将从报名人员中征集10名幸运读者免费品尝裕达美食。

尝鲜时间:12月16日19:00

尝鲜地点:裕达国贸酒店5楼乐彼思特咖啡厅

★特别惊喜:拿起你的手机,拍下本栏目,原价423元/位自助餐,即可享受298元/位特惠,动一下手,节省125元,食客们,赶快行动起来吧。

★特别提示:特惠有效时间12月13日至12月20日,点餐之前需出示照片。

★报名电话:0371-67655217  
18638929288

★邮箱:1047992683@qq.com

★QQ群:郑州吃货305857295

★新浪微博@郑州日报消费版

同时本栏目征集参与商家。

本期菜单:乐彼思特咖啡厅是省内首家呈现开放式厨房的餐厅,拥有10个不同风格的开放式厨房,近400种来自全球各地的美食。  
特色菜品包括海鲜鲜的波士顿龙虾;巴西烤肉档口的烤6个小时的美国安格斯牛腩肉、澳洲大墨鱼;日本档口的挪威三文鱼、日本进口赤贝;爆8个小时的民间瓦罐煨汤;印度飞饼配印度咖喱羊排;法式鹅肝;意大利进口帕尔玛火腿、莫凡彼冰激凌;马来西亚拉茶等等。