

近年来,在商业领域,购物中心成“香饽饽”,吸引不少企业投资运营,大家蜂拥而至,渴望这一业态带来丰硕收益和别样体验。这种变化在2013年被消费者全然感知,急速增长宣告着购物中心时代的来临。

郑州,是一个典型的例子。诸多大型商业项目正在或即将崛起,却失去了“量”和“质”的平衡,可喜的是,一直清醒的商家总有办法,通过品牌调整和情景营销等措施来完成差异化经营,增强购物体验,郑州虽不及一线城市的表现,但也在2013年实现新跨越。

购物中心发展步入快车道

本报记者 武姝

发展之势显蓬勃

目前中国的购物中心数量已达3000余家,并继续处于增量主导市场的上升通道,预计到2025年,还将新增购物中心7000家,那么,郑州有多少家购物中心呢?

郑州国贸360广场、中原万达广场、二七万达广场、锦艺城购物中心、丹尼斯7天天地……以上购物中心都已在郑州商业找到自己的位置,并拥有稳定客群。在2013年,也都按照计划阔步前进,同时,丹尼斯大卫城和华润万象城的筹备工作进入尾声,随着360广场二七项目和商博大改扩建工程的跟进,原本平静的西太康路,在今年承载了太多期许的目光。

另外,王府井百货在温哥小镇附近的购物中心项目正在筹备,据不完全统计,2013年,郑州购物中心数量激增,包括在建和规划中的已达到50多家,网点覆盖全城,或扎堆出现在同一商圈,或在方圆数公里内以带状分布。

有研究机构称,2010年至2020年将是商业地产的黄金10年。城市急需构建一批“城中之城”来聚集商务、生活、休闲、娱乐等复合的城市核心功能。2013年,郑州购物中心发展以蓬勃之势进入“角色”。

急速扩张存隐忧

事实上,“什么是购物中心”的问题,不仅需要消费者的认知,对于商家而言更要清楚。目前,单从概念层面讲,就暴露出购物中心急速扩张带来的种种隐忧。

记者了解到,2013年,尽管做了很多努力,但郑州正常运营的购物中心仍不够成熟,品牌重合度

以客为先求体验

尽管购物中心发展步入快车道之后因局不可避免,但差异化作为突破口已成圈内共识,商家纷纷意识到只有因地制宜的发展,才能增强核心竞争力。

具体来讲,决定购物中心命运的还是以客为先,满足和迎合消费者的真正需求。2013年,体验式商业概念在购物中心领域持续升温,

高,同质化较为严重,个性不突出,同时,部分购物中心空置率居高不下,招商难,人气欠佳。可以想见,这些隐忧或将预示着购物中心在爆发式增长初期就显现过剩的问题了。

中国购物中心产业资讯中心主任郭增利认为,大量购物中心的建

造并不是以满足市场需求为目标,而是开发商设定的自我导向;又缺乏精细化服务、精准化定位的专业能力,以及充分满足消费者需要的社会化思维;同时,长期以来我国商业房地产行业一直延续模仿路线,一个成功的购物中心往往会成为众多开发商抄袭的范例。

作用。而郑州国贸360广场11月15日盛大的圣诞点灯仪式不仅与一线城市同步,而且很好地诠释了“时尚潮BUY地”的内涵。

整体来看,郑州购物中心在2013年更加注重购物体验的成分。至于未来,体验或是永恒的话题,但如何有效做好体验尚需看商家“功夫”了。

《食客出发》第1站走进裕达乐彼思特咖啡厅 体验舌尖上的“环球之旅”

本报记者 武姝



12月16日,本报美食尝鲜栏目《食客出发》第一站走进裕达乐彼思特咖啡厅,特邀10名幸运“食客”免费品尝了波斯顿大龙虾、美国安格斯牛腩肉等美食,“食客”们收获了一次难忘的“环球”美味之旅。

开放式自助大餐 五星级体验

进入郑州裕达乐彼思特咖啡厅,首先映入眼帘的便是直径达5米的“海鲜山”,上百只“大个儿”波士顿龙虾与蒜蓉粉丝蒸花龙等生猛海鲜“整齐列队”,橙红色“华袍”与立体水晶台交相辉映,似在用极强的视觉冲击力和味蕾诱惑来欢迎每一位“食客”。然后,无论向左向右,“食客”们都能走进一个充满惊喜的美食“王国”。

有趣的是,在五星级酒店体验美味之旅还能找到家的感觉,乐彼思特咖啡厅是省内唯一一家全开放式厨房的餐厅,拥有10个不同风格的开放式厨房,每到一处即可选取现场烹饪新鲜出炉的佳肴,还能享受大厨们亲切温馨的服务。

“开放式的厨房将烹饪过程一览无余地展现在客人面前,通过厨师与客人的互动,充分体现了新鲜、美味的个性化理念。”裕达乐彼思特咖啡厅市场传媒部总监王平说。

记者了解到,郑州裕达乐彼思特咖啡厅是一个全天候国际美食舞台,提供“单点的品质、自助的风格”,给传统的自助赋予了新的定义。其氛围和装饰都融入了亚洲和欧洲时尚元素,让您在俯瞰180度都市景观,品尝新鲜地道的环球美食的同

时,享受一场感官盛宴。

国际范饕餮美食 个性化享受

“美国安格斯牛腩肉制作工序十分繁琐,由焗烤、海盐、蒜片、洋葱和红酒秘制而成,不添加任何作料,再用锡纸包起来烤制6小时。”品鲜之前,相关负责人向“食客”们介绍着每一道菜品。

走过海鲜火锅角,一位来自湖北的“食客”随即掀开盛着酸汤龙虾的圆盘,“哇,这个还能做成这样?”在巧克力喷泉前,一资深“食客”迫不及待想要品尝,从架子上抽出一串提子,伸进正在流动的黑色巧克力喷泉,旋转一圈巧克力覆满后,迅速扎进冰水,瞬间凝固,接着送入口中,“外酥内嫩,甜而不腻”。说罢周围观看的食客纷纷叫好。

“这里每道菜都是这个领域的精品。”“太好吃了,都分不出最爱了。”……共进晚餐时,“食客”们边品边乐,并大赞乐彼思特咖啡厅的美食与服务。

据介绍,郑州裕达乐彼思特咖啡厅为消费者提供了丰富的世界美食,不仅有巴西行政总厨马奥亲自操刀,而且还有东南亚名厨嘎尼助力,秘制巴西烤肉,肉质弹口,嫩滑多汁,还隐约散发一股淡淡的碳香味,马来西亚拉茶、飞饼制作工艺精湛考究,拿破仑苏为甜品中的经典,还有被誉为冰激凌界“劳斯莱斯”的莫凡彼冰激凌,“莫凡彼冰激凌在二线城市中,只有郑州有。”王平说。

食客出发

下期预告

本报《食客出发》栏目第2站将走进维雅水疗酒店,同样会从报名人员中抽取10名幸运读者免费体验,赶紧打电话报名吧!

尝鲜时间:12月23日19:00
尝鲜地点:国基路与索凌路向北200米路西普罗旺世地中海商业街

★额外惊喜:凡是读到本栏目的读者,都可以拿起你的手机,拍下本栏目,原价98元/张的门票和原价58元/位的自助餐,即可以享受读者特惠价:门票68元/张,自助餐48元/位,注:门票包含温泉泡池和休息(包含水果、不含过夜),食客们,赶快行动吧!

★特别提示:特惠有效时间12月20日至12月27日(24日、25日除外),体验之前需出示照片。

★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

同时本栏目长期征集参与商家。

本期看点:温泉水疗,采光泡池包括洗浴设备,汉斯格雅飞雨飞瀑花洒、温泉泡池、多彩助浴项目。当然,对吃货们来说,少不了美食。维雅水疗酒店夏纳自助餐厅,汇聚全球精选美食(包括早餐/中餐/晚餐/夜宵全时段提供)。

对话2013

升级品牌 完善服务 国贸360广场

2013年,郑州国贸360广场全年总销售额实现同比增长超过40%,在管理、经营方面越来越完善,重点工作放在了场内三分之一的区域做调整,主要针对动线设计不合理、品牌影响力不够的区域或位置,调整升级后,无论是原来的服饰品牌还是新入驻的轻餐饮,都取得了很好的业绩。通过品牌搭配和硬件配套,加强体验的比例,提升品牌高度,做出个性。

然而,受调整升级的影响,2013年国贸360广场比往年少做了两个大型主题展,主要通过信息化、制度化对管理层面进行了提升,从经营、招商、服务等方面完善,让管理更加规范,同时提升品牌的管理高度。不过,品牌引进方面还是存在客观瓶颈,由于体量小,例如ZARA等品牌想进却进不来,同时也限制了较大的体验类项目,明年国贸360广场二期将开始动工,整个国贸商业区域最终扩至40万平方米,届时会有更大的空间去发展。



司小伟 国贸360广场总经理

增长超预期 客群趋稳定 中原万达广场



袁健 中原万达广场运营总监

中原万达广场2013年销售10个亿,客流上升20%,各项指标良性增长,客群逐渐趋于稳定,确立了中原万达广场在郑州西区的商业核心地位。去年,中原万达广场客流忽高忽低,正是入驻郑州后摸索的一年,在借鉴了中原万达广场的成功经验后,二七万达广场2013年对

郑州市场的“适应”能力很强,下半年甚至超过中原万达广场同期客流。

对于郑州而言,前几年购物中心市场相对空白,随着万达集团的到来,郑州购物中心发展越来越快,作为年轻、时尚的一站式购物中心,万达广场以其独特的商业模式给郑州商业带来了新的变化。

这一点在2013年表现尤为突出,特别是营销活动的推动。万达广场根据定位,考察周边辐射范围内的消费需求,锁定家庭式消费,2013年除了几个大型的文化体验活动,还频繁推出家庭亲子秀,来增强消费者购物体验。

激活西区消费潜力 锦艺城购物中心

今年锦艺城购物中心销售6亿元,超过预期,主要是主力店王府井百货、国美电器、耀莱影院和餐饮的发力,同时,今年的营销活动有针对性地去执行,更接近消费者心理。

锦艺城购物中心也是自持物业,是锦艺集团推出的一个商业品牌。通过这一年的努力,已融入郑州商业这个大环境。但由于招商经验不足,导致部分品牌特别是服饰做的不好。另一方面,由于要和主力店王府井百货错位经营,造成招商困难,可选择余地小。虽然情况不好,但是4大主力店给予了非常大的支撑,带动客流,反补其他业态配套。

事实上,原来西区并不是好的消费土壤,但对市场考察后,发现西区的消费力并不低,锦艺城购物中心成功运营后,在中原万达广场、CCMALL等商业项目的共同影响下,使西区的消费力被释放出来。



葛文海 锦艺城购物中心总经理

消费资讯

锦艺城一周年店庆活动启动

本报讯(记者 武姝)据悉,锦艺城购物中心一周年店庆活动今日启动,王府井百货郑州店一周年店庆预热活动同时启动。

截至12月22日,消费者在锦艺城购物中心单张购物小票消费满188元、王府井百货单张购物小票消费满888元即可凭当天购物小票至锦艺城购物中心一楼总服务台兑换刮刮卡一张,奖品包括联想超极本、液晶电视等。

同时,锦艺城购物中心还推出服饰满688元减200元限时抢购活动,以及餐饮类满赠和一元特价菜活动。而在王府井百货,截至12月25日,服饰类满300返300/200/100元电子券,化妆品满200返40元纸券,另全场消费即送50元暖冬券。

国际时尚创意论坛 郑州举行

本报讯(记者 武姝)12月14日,中国(郑州)国际时尚创意论坛在大河锦江饭店举行,由中国流行色协会、河南省青年时尚促进会、郑州领秀服饰有限公司共同主办。论坛上,国内外色彩专家云集,并同企业家就如何发挥本地品牌优势,推动产业升级转型,将“国际色彩”运用到中原形象色彩,展开了深入的探讨。

据介绍,此次论坛以“色彩中国美丽中原”为主题,色彩中国系列活动落户郑州,将国际流行色跨界盛典引进中原,成为2013中原时尚界又一亮点之作。

又讯12月14日,由中国流行色协会主办的“2013中国色彩学术年会——时尚视觉,品位色彩”专业交流活动在郑州大河锦江饭店举行,活动特邀世界知名色彩大师和国内从事色彩工作的专家作专题演讲,带来最前沿的时尚理念和色彩科学发展动向。

活动中,中原时尚界与国际色彩大师展开了对话,品味时尚色彩,探寻时尚之源,了解色彩,把握色彩,应用色彩,把脉中原时尚产业的创意升级,剖析以郑州为代表和领导的中原品牌、产业、城市之道。

Aimer
温暖一家人 深冬将至

一年接近尾声的日子里,中国人走亲访友是历来的传统习惯,除了给家人添置新衣,也不忘送上一份来年的祝福。

【双层保暖】肩、腰、背设计了贴片,保暖关爱,腰部双层与裤身无缝缝合。您的关爱为家人送上寒冬的一丝暖意!

爱慕郑州团购热线 0371-66223305