

购物中心 恋上“五官营销”

本报记者 武姝

据悉,Hello Kitty 40周年全球巡回中国站首秀在上海落幕后,第二站将于5月31日登陆郑州华润万象城。与此同时,郑州市其他购物中心也在紧张筹备新一期系列主题展。

毋庸置疑,主题展已成为购物中心的营销“神器”,能不断增加商场人气。近年来商家热炒“文化大餐”,为消费者带来个性、极致的购物体验,也成功运作“五官营销”进而提高营业额。专家预测,未来购物中心将在主题展营销展开竞争,想要更高客流量,就得看谁的“妆容”最具创意。

商家热烹“文化大餐”

4月中旬,郑州国贸360广场“潮马驾到”“骑”乐无穷”大型马术主题展亮相,成为国内首家以专业马术为元素进行主题展览的购物中心。其中,花园路外广场西部牛仔、场地障碍等真人马术表演,每次都能吸引众多消费者驻足围观。

截至目前,国贸360广场已成功举办过愤怒的小鸟、恐龙展、变形金刚等大型系列主题展,这样的活动不断为其“时尚潮BUY地”的影响力加分,而后,当中原万达广场、二七万达广场相继登陆郑州后,老郑州记忆、航天展、开心农场等新颖的主题展为市民带来震撼的视觉冲击。

同时,今年新开业的万象城,以大象为基本元素的“万象驾到”开业主题展,不仅阐释了万象城一以贯之的包罗万象、应有尽有、而且也和博大精深的中原文化完美契合。位于西区的锦艺城购物中心曾于去年举办过3D画展、灯光灯饰装饰画展等。

商家普遍表示,购物中心定期举办主题展也是在向市民推广、普及相关知识,更多的是文化的传递,商场营造出一个良好的氛围,为消费者献上一道特色“文化大餐”。记者了解到,在我市各大购物中心,最新一期主题展的具体细则正在筹备中,一两个月内,消费者有望收获商家带来的前所未有的惊喜。

主题展成客流“神器”

商场花费大量人力、财力、物力做主题展,投入产出是否能成正比?

“主题展带来客流,也就带来了销售。首先增添人气,然后延长消费者逗留时间,消费者购物的可能性也随之增加,‘吸金’作用明显。”郑州万象城营运总监王兆琦说。

据商家透露,一次主题展能使购物中心客流有明显提升,如果遇上五一、十一这样大的节点,甚至能带来接近20万左右人次的客流量。

“主题展减弱了购物中心的商业气息,通过展览去寻求与消费者之间的共鸣,像‘对话’一样,这样的活动将给消费者留下深刻印象。”锦艺城购物中心总经理张红强说,主题展还可以提高商场的美誉度和影响力,也是品牌形象的塑造。

国贸360广场总经理司小伟表示,随着时代的变化,消费者的个性化需求逐渐提高,不能再直接的方式经营,为了吸引客人商家都找到了新的营销点,主题展即“五官营销”。

购物中心空间感好,使得主题展营销模式更持久,各商家根据自己的定位、特色和体量,开发不同的主题展,长远看,当消费者的体验感不断上升后,也会促进商家业绩的提升。

“玩创意”成未来趋势

“国贸360广场每年都会做几次主题展,但不会重复,否则就没有意义了。”司小伟表示。



国贸360广场首次将变形金刚展引入郑州

事实上,在主题展呈现给消费者美观的景象背后,是商家孜孜不倦的追求,主题展要求必须得满足“新”、“奇”、“特”要素,最重要的是和商场目标顾客定位吻合。

虽然和一线城市比,郑州购物中心所做的主题展还有很大差距,但是,各商场也在不断学习、借鉴、探索中。近一年内,关于艺术主题与购物中心联姻的话题争议不断,那么,今后购物中心的主题展的趋势是什么?

“零售行业每年都有变化,消费者的认知和喜好也在变化,想要与目标客群吻合,主题展不仅要与文化、艺术等元素结合起来,更重要的是一个极具创意的表现形式。”王兆琦说。

张红强称,主题展就是商业包装,给消费者呈现一个更清晰的品牌形象,不管有哪些创意出现,都是一种概念的输送。

专家认为,未来购物中心举办主题展将面临越来越大的挑战,消费者众口难调,主题展怎么变都离不开独特的创意,但在保持新鲜感的同时不能太过抽象。



藏宝阁

栏目记者 丁冬洁

无悔的爱 远古留香

张丽和建豪不仅是典型的“毕婚族”,而且还是“裸婚”,听起来很时髦、很疯狂,在张丽眼中,他们的爱情永久保鲜,就像她最喜欢的铁线蕨的花语一样,此生无悔。

婚后两年,张丽开了一家花店,建豪成了一名珠宝设计师,他们的生活平静温暖,慢慢有了积蓄,日子好了起来。虽然张丽从未抱怨过结婚时没有一件珠宝首饰,但这却是建豪内心一直以来的遗憾,特别在逛街时,他注意到张丽也会在橱窗前羡慕地望着那些璀璨夺目的珠宝。

“女人天生爱美,我一定要给她个惊喜。”于是,建豪努力工作,一次难得的机会,建豪接了一个大客户,他的设计图纸“远古留香”被客户采用,设计灵感源自张丽家中养的那株铁线蕨。

结婚三周年纪念日时,建豪将这款专为张丽高端定制的“远古留香”送给了她,张丽当时就感动坏了。这套碧玺系列首饰被张丽视为无价之宝,小心翼翼地珍藏着,因为他们青春的致敬,更是对他们爱情永恒的期盼。



本期宝贝:

一恒贞“远古留香”系列

藏宝物语:“远古留香”系列

配以色彩艳丽、高雅不俗的碧玺,在钻石和18K金的相互映衬下,用迷人的姿态,展现高贵的气质,坚韧永恒的线条让艳丽的碧玺愈发温婉动人、自然自在、优雅自如。

设计师巧妙地将来自远古时代的植物铁线蕨的灵感与碧玺相

结合,把人们对永恒生命的感叹、对璀璨人生的追求表现得淋漓尽致。铁线蕨是从远古时代生存至今的稀有植物,它完美地诠释了生命的坚韧永恒,设计师从中寻觅灵感,用它的传奇感叹人生,经过沧海桑田的演变,还能保持我情我独的情境。是追求独特审美,自由个性的时尚新人群所追捧的新宠。18K金材质恰到好处地呈现其坚韧永恒的精神。

微讯速读

栏目记者 张涵秋

紫荆山百货: 赵雅芝说家纺

近日,紫荆山百货店庆,赵雅芝优雅亮相,并为店内品牌博洋家纺春夏新品发布站台。年近60的赵雅芝魅力依旧。赵雅芝表示,很注重居家生活,和不少女士一样,愿意用心让起居更舒适。

新世界百货: 到简朴寨吃湖北菜

5月10日,新世界百货3楼,简

朴寨第二家店入驻,以湖北菜为主打,选料天然、原汁原味,有大碗胖头鱼、玉米棒排骨等特色菜。为庆祝开业,特推出“欢乐赠送三重奏”活动:消费满100元送100元;扫本店二维码可抵20元现金;包桌满10桌送1桌。

太子湾: 私家园林里的私厨菜

太子湾山庄,开在西郊一个七八十亩的私人园林里,园子里小桥流水,古树名木葳蕤,紧临着西流湖,是静中取静的休闲好去处。

白切鸡、大块鱼、小排野鲮鱼、大块烤全羊、相思红豆饼等私房菜,食材考究,吃着放心,现在因只有9张台,其主人郭元兴说,要求吃饭,得提前一天预定。

爱馨养老: 智能手机贴心送

5月6日,“爱馨养老信息化服务平台”正式启动,为郑州市老人捐赠50000部老年智能手机、1200万元话费,另送超值养老服务。通过智能移动互联手机,线上为老人提供关怀,线下为老人提供优质服务。

“什么,36G流量免费送?”移动互联网时代,没有流量,对于酷爱手机上网的“手指族”来说,是极其可怕的。近段时间,联通“流量风暴”席卷全城,开创手机流量G时代。每月流量多1G,手机上网玩尽兴,在我市联通各大营业厅,掀起一股购机热潮。

36G 免费送 High动全城

本报记者 周娟

免费升G 轻松上网不怕超

“能少用就少用点,流量总是不够用。”王女士是联通186元套餐用户,因为平时联系业务比较多,她选择语音通话时间1180分钟的B套餐,相应每月150M的流量,让喜欢微博吐槽、微信刷屏的她觉得有点拮据。

“现在每月多了1G流量,微博、微信想刷就刷,再也不用担心自己的流量不够用了。”自从参加了联通“流量风暴”,王女士用手机上网可是畅快多了。热心的她不能把这一好消息告诉身边所有人。

早在五一期间,联通就启动了“流量风暴”,只要办理联通的合约购机,就送免费流量。46元至66元套餐用户每月赠送300M省内流量;96元至156元套餐用户每月赠送500M省内流量;186元以上套餐每月赠送1G省内流量,终端合约期内每月都送,最高可以送36G的超大流量。

此次联通“流量风暴”超越以往,郑州联通市场部负责人介绍,这次“流量风暴”最大的亮点就是将免费流量战引入了G时代,我们送出的免费流量,是3.6G到36G,从此手机流量以M为单位的时代结束了。

全城热捧 小伙伴们赶紧来

日前,记者发现在郑州联通中原路营业厅里竟然排起了长龙,大厅醒目的“流量风暴”海报格外抢眼。

前来办理“流量风暴”的张先生告诉记者,在联通高速3G和光速宽带带来的移动互联网时代,他就对联通服务创新很认可。“作为移动互联网时代的运营商,郑州联通不断刷新着自己的服务模式,最大限度地给大家提供无微不至的服务,这次‘流量风暴’活动更是办到了大家的心坎里。”

“我们营业厅参加‘流量风暴’的客户非常多。”郑州联通中原路营业厅负责人刘丹说,从活动开始至今,每天都有很多客户专门来办理联通的合约计划,“很多客户告诉我,自己的流量一直不够用,‘流量风暴’是近期大家选择到联通买手机的最直接动力。”

据郑州联通百花路营业厅工作人员介绍,这次“流量风暴”不但新用户喜欢,老用户也纷纷续约,“上周末两天,我们就新办了100多个新用户,续约30多个老用户。”

每月1G 合约入网即可享

想参加联通的“流量风暴”,该怎么办呢?

近日,李先生来到郑州联通百花路营业厅,工作人员告诉他,他使用的186套餐参加“流量风暴”,只需新办一部联通的合约机,每个月可以送1G流量,每月流量从150M变成1G+150M。按照选36个月的合约计划,可以得到高达36G的免费流量。“这样的活动谁能不心动。”在工作人员的帮助下,他很快选了一部自己心仪的手机。

据介绍,到联通办理存费送机或购机送费,都可以直接参加“流量风暴”,根据你的套餐档次和合约期进行赠送。此外,联通的3G合约购机老用户只要发送短信“cjlhb”至10010,也可以参与活动,老用户赠送月份等于合约剩余期限。

不仅仅是送得多,联通送的流量还可以随使用,不忙闲时,不限用途,只要你来办联通的合约计划,就在套餐之外再送你免费流量。

业内专家指出,联通通过全面提升网速,打造出了“比快还快”的极速成熟网络,和“比好更好”的套餐服务体系。在上网速度已经能满足我们的需求时,流量的多少决定了手机生活是否真正智能起来。而此次“流量风暴”,正是树立“比多更多”的流量经营新模式,从此以后,我市用户买手机,将真正进入免费流量G时代。