

“乐享中秋”专题报道之“购”划算

月满中秋团圆日，举家购物正当时。明天就是中秋节小长假了，许多市民已列好购物清单，将目标锁定商场，计划来一场轻松愉快的“都市休闲一日游”。

对于商家而言，人气即财气。为了打好客流这张王牌，节日期间，我市各大百货及购物中心将推出新意十足的营销活动吸引消费者。受季节更替、客单价高、需求旺盛等因素影响，我市消费市场或将在中秋节掀起小高潮，商家也期待收获更好的销售业绩。



商场聚“惠” 燃情中秋

本报记者 武姝

节日营销受热捧

和往年中秋、国庆“双节相连”的情况不同，今年中秋节赶在9月中旬之前，在商家看来反而是件好事，节日营销档期延长，助力提升市场活跃度。

“这样一来市场销售也往前提了，大家都不想错过这个好的节日营销。”BHG时尚百货郑州店负责人说。

据了解，从8月底开始，郑州市部分商场的中秋营销工作已进入备战状态，随着传统节日气氛越来越浓厚，不少商家也越来越重视中秋营销，在丹尼斯百货、正道花园百货等商场，中秋营销被定为9月重点活动档。

“十一之前，金博大大部分品牌将调整到位，为了保证在调整过程中还能提高销售，我们今年比往年更加重视中秋活动了。”大商新玛特金博大负责人告诉记者。

商家普遍表示，中国人家庭观念强，在传统节日里大都会选择与家人团聚，加上有3天小长假的时间，中秋节成了家庭消费集中爆发点，当下正值夏秋换季时，秋装新品上市，客单价高，同时中秋营销面对的是全客层，于是业绩提升会更加明显。

分析人士还认为，传统节日具有丰富的文化内涵，这使得节日营销颇具卖点，商家之所以青睐节日营销，除了拓展市场、提升销售额的目的，更多的是培养忠实消费者，从而进行品牌推广，提升商场形象。

特色活动花样多

在节日营销活动中，提及传统百货人们习惯性地想到“满减”、“满减”，事实上，这种传统促销活动已非主流。零售业经济大环境不景气，传统百货进入深度调整期，为提高进店客流，尽可能增加体验成分，我市各大百货商场可谓创意迭出，策划出极具特色的主题活动。

“金博大将举办‘中秋诗会’，特邀请各位诗词爱好者及老师来店参与活动，参与者均有礼品相赠。”大商新玛特金博大店负责人说。同样注重互动体验的还有丹尼斯七天地，本周六下午将诚邀市民与家人现场DIY冰皮月饼。

除了线下活动，我市各大百货也在新媒体营销下足工夫。中秋小长假期间，王府井百货郑州店将推出“925·我就”

“爱”微信抢购、一分钱体验微信支付送好礼活动；丹尼斯百货人民路店将抽奖活动搬至线上，推出“微信幸运大转盘”活动。

相比传统百货，有场地优势的购物中心则在体验营销上大做文章。据了解，9月7日至8日，锦艺城购物中心将在广场内为消费者献上星立方流行音乐“小明星俱乐部”歌曲、舞台剧以及寻找最美旗袍女神活动。而在中原万达广场，中庭和长廊均填满了彩球装饰，营造出梦幻童话氛围，届时还将有卡通人偶大巡游、儿童轮滑大赛等表演。

“体验活动能增加商场与消费者之间的粘性，只要人气够旺，营销目的也都达到了。”锦艺城购物中心负责人说。

引爆“金九”消费潮

“中秋期间，商场的客流、提货率、车流有望刷新之前纪录。”郑州万象城购物中心负责人表示，自开业以来，商场发展保持平稳上升态势。

采访中，商家对中秋节经营预期普遍看好，并一致认为节日期间市民消费热潮将集中爆发。

“在传统意识中，从9月开始消费市场逐渐进入旺季，中秋节是第一个掀起消费小高峰的节日。”大商新玛特金博大店负责人表示。

正道花园百货负责人称，虽然当下礼品消费少了，但市民个人消费需求旺盛，特别是女性消费会使商场的童装、女装、化妆品品类卖得非常好，而且结婚旺季到

来，珠宝品类也会从中秋节开始有所增长，中秋节无疑开了个好头。

不过，业内人士认为，在未来“金九银十”效应淡化或成趋势，尤其对于购物中心来说，淡旺季分界线越来越不明显。在郑州，淡旺季锦艺城购物中心业绩环比增长30%，客流每月多出一两万，同期国贸360广场每月超额完成经营目标。

“以前‘金九银十’对业绩影响明显，近两年，大家对这个概念并没有那么敏感了，每个商场都在根据自身情况调配活动的力度和频次，商家和消费者都在逐渐成熟，所以，现在还把‘金九银十’当‘救命稻草’就有些不合时宜了。”BHG时尚百货郑州店负责人说。

中秋小长假 绿城商场 8种玩法

去万象城享美食

9月6日至8日，郑州万象城购物中心餐饮5倍积分，餐饮消费单笔满500元可获得月饼礼盒，其中参与活动品牌有潮堂、天意小馆、拾味馆、瓦猫云海肴、小场合、太兴等。

去锦艺抢 iPad

9月6日至8日，在锦艺城购物中心酷动数码专柜，iPadair 原价3588元直降700元，抢购价2888元。iPadmini2直降700元，抢购价2188元。每人限购1台，每天各5台，3天30台。

去国贸看芭比

节日期间，市民可在郑州国贸360广场参观芭比娃娃时尚主题展，不仅可以欣赏到“好莱坞名人芭比、世界风情芭比”等近600个经典芭比造型，而且还可以进入外广场 Barbie Dream House，邂逅不可思议的芭比八音盒和芭比最大梦幻舞裙。

去王府井做甜品

9月7日，在王府井百货西门广场，王府井百货将与茗记甜品联合举办会员甜品品鉴会，邀约会员参与制作与品尝经典甜品系列，由专业老师示范指导，品尝指导制作好的甜品，供大家进行甜品品鉴。

去中原万达“卖个萌”

蓝天白云、城堡、摩天轮、王子、白雪公主和七个小矮人，相信很多朋友都会被这美妙的场景震撼。节日期间，中原万达广场邀请消费者进入彩虹童话王国，感受轻松幽默的亲子之乐。届时，在现场与童话王国合影并上传至朋友圈或微博即可至服务台领取小礼品，同时还可现场免费打印照片。

去华联赢印花

即日起至9月11日，凡当日扫BHG百货郑州店二维码成为微粉，即可获赠印花1枚+果饮1瓶，每人每部手机限送一次；或在BHG百货现金购物满100元（VIP现金满80元）即可获赠印花一枚，集齐6枚即可加价低至2折兑换德国品牌Schulte——Ufer（舒特·乌法）锅具一套。

去丹尼斯试手气

即日起至9月8日，当日于丹尼斯百货人民店本店、3馆消费的顾客需留意小白票上的中奖标识，每天根据中奖标识，市民将有机会获得千元礼券。同时关注丹尼斯七天地官方微信，发送“决胜千里”至丹尼斯七天地官方微信即可参与“中秋填词决胜千里”微粉互动，并有机会获得电影票2张。

去金博大赏新品

9月6日至8日黄金及镶嵌类商品均可享受超值满减优惠，现金消费满3000元起另有礼品相赠；英皇珠宝倾情赞助电影《一生一世》，即日起至9月20日，观影顾客凭票根可至店内享受自由首饰免费刻字服务一次，并有1314元换购3000元珠宝，满999元抵扣120元，买珠宝送电影票等各项优惠；ILIONNO即日起至9月14日，限量精选翡翠产品低至7折，购买13888元翡翠平安扣送8888元翡翠平安扣一枚。

藏宝阁

栏目记者 丁冬洁

本期宝贝：
 周大福 X G-dragon 系列产品 18K 金红宝石吊坠链

梦想天空格外蓝

青春的美好不仅仅是放肆叛逆和年少轻狂，至少每个人心中都会有一个特殊的代名词，那一段藏着秘密的岁月，记录着内心最深处的渴望，所以，过分的好奇或许不懂它存在的意义。

18岁的筱晴常常遭到脚踹，想成为明星经纪人的梦想也总得不到父母的理解和认可。而这一梦想的最初确定仅仅是偶然间看到了韩国艺人权志龙的MV表演。在筱晴看来，追星也是一种文化，并非常人眼中不可取的庸俗之举。它需要正确的引导，它可以传达偶像的正能量。筱晴希望有一天可以跟随热血的明星，传承不被接受的文化。

筱晴对权志龙的喜爱并没有沉迷，但筱晴的父母担心心智不够成熟的孩子本末倒置，不再用功学习，于是切断了所有与权志龙相关的消息来源。然而，筱晴表现得意外平静，并踏踏实实冲刺高考。

“因为我有对梦想的坚持，所以我会证明给父母看。”筱晴暗自决定要用优异的成绩考入大学，待父母放手让自己独立时勇敢追梦。结果令所有人如愿以偿。筱晴被国内知名传媒大学录取。报到后，筱晴从行李箱中发现一条红宝石吊坠链，筱晴感动得流下眼泪，因为她终于明白了，父母的爱就是对她最大的鼓励和支持。

藏宝物语：

周大福一直以来都注重以品质诠释价值，以设计解码时尚。与风靡亚洲的艺人权志龙(G-Dragon)的合作，是周大福在时尚珠宝领域的又一次创新合作。希望通过其敏锐的时尚感及艺术才华，给广大消费者带来市场潮流饰品，所以合作产品会交由权志龙亲手设计，保持纯粹的GD Style，成就“饰尚界”最具潮流的合作。其中，这款18K金红宝石吊坠链以G-Dragon缩写字母GD为设计元素，代表GD个性、时尚、张扬的特质。环环相扣的设计表达了G-Dragon对个人价值本身的重视，让你直率、果敢地演绎出自己的个性风格。



蒙牛携手百度打造“云端精选牧场”



本报讯9月1日，在内蒙古呼和浩特，蒙牛乳业助理副总裁王艳松、百度副总裁曾良、富源乳业副总裁李杰共同为大家带来一场全新的“可追溯”体验，打造出以消费者体验为中心的“云端牧场”，使产品生产环节更加透明化。

体验会现场，主持人扫描蒙牛精选牧场纯牛奶包装盒上的二维码后，轻松点击几下，距离会场60公里之外的蒙牛牧场的实时视频画面就清晰展

现在到场媒体及嘉宾眼前。这是蒙牛携手百度推出的精选牧场纯牛奶可视化追溯系统，也是国内乳制品行业通过云技术应用，首次为消费者带来一场全新的“可追溯”体验，打造出以消费者体验为中心的“云端牧场”，使产品生产环节更加透明化。

蒙牛乳业希望应用云技术、大数据等热门技术，来解决乳制品生产的透明、安全可视化难题。因此，在2013年

底，蒙牛乳业就已推出国内首款二维码可追溯牛奶——精选牧场纯牛奶，消费者通过扫描包装盒上的二维码就可以追溯到产品源头牧场的信息。此次蒙牛更是借助百度的云技术与原有的二维码追溯系统相结合，打造出行业全新的“云端牧场”概念，消费者将不仅仅看到文字、图片，更可以实时观看牧场、工厂生产全过程的视频信息，了解奶牛是如何生活、牧场是如何管理等产业链细节。同时，蒙牛乳业还希望，从这种“一点一滴”的尝试和行动，让消费者感受到乳制品企业的变化，了解蒙牛乳业如何从源头打造让消费者放心的精选牛奶。

现场，王艳松表示，“云端牧场”是蒙牛乳业与消费者开放沟通的重要举措之一，让消费者用自己的双眼去见证我们在每一个环节上的努力，而“看得到”的品质也可以极大地增加消费者对产品的信心。蒙牛精选牧场纯牛奶的原奶均来自于中型以上规模的精选牧场，优质的奶牛福利理念、科学的喂养、先进的管理体系，让消费者饮用牛奶时不仅仅安心，更是享受更好的营养。

(苏立明)