

又是一年圣诞季

商家造景迎客来

本报记者 武姣

现象：争奇斗艳迎圣诞

记者了解到，郑州国贸360广场已率先进入圣诞模式，郑州万象城购物中心和锦艺城购物中心将于12月陆续推出圣诞营销活动，丹尼斯七天地也将于圣诞节来临之前布置好圣诞景观。有趣的是，这四家购物中心难分伯仲，分别根据各自客群制定主题。

在郑州国贸360广场点灯仪式上，市民王女士说：“还是第一次在商场看到长达半个小时的音乐剧表演。”“今年我们不再顺着传统走，摒弃了圣诞树为主的模式。”国贸360广场总经理司小伟表示。锦艺城购物中心总经理张红强说：“我们将弄一些新玩法，推出马达加斯加主题展，会有动物王国和摩尔庄园表演，静态动态相结合。”

另据介绍，丹尼斯七天地今年的圣诞灯装饰将打破红、绿、白固定搭配，以紫色为主要色调，郑州万象城购物中心将呈现21米高的圣诞树，并一改以往以点位的常规，将装饰体量延展为200多平方米。

圣诞季的概念早已深入人心，加上市场竞争越来越激烈，商家在圣诞造景方面下足工夫力争做到更好，而消费者的口味越来越挑剔，迫使商家不断进步与创新。郑州各大购物中心的圣诞景观在争奇斗艳的同时，也为消费者带来更多惊喜。

商家：圣诞造景拼创意

记者了解到，国贸360广场将圣诞主题展视为一年中最重要的主题展之一，从8月底便开始着手准备；郑州万象城购物中心将在圣诞夜邀请人气明星进店；丹尼斯七天地今年的圣诞美陈以“天使之约”为主题，专程从圣诞灯具厂拉取圣诞灯；锦艺城购物中心为承办马达加斯加主题展购买版权。

商家对圣诞主题展的重视程度从资金投入方面可见一斑。在他们看来，大家都在极力营造圣诞氛围，只要够稀奇、够应景，该花钱的地方不会迟疑。

“圣诞季这个时间段原本客流比平

时要集中，所以一定要把圣诞氛围营造好，在维护客流的基础上吸引更多消费者进来。”司小伟说。

无论是洋节日还是传统节日，很多年轻人更喜欢去购物中心娱乐。丹尼斯七天地总经理赵华说：“现在购物中心的圣诞景观越来越有文化内涵，同时体验性在增强。顾客一般会觉得商场在圣诞节期间会有活动，都愿意去商场玩。一方面可以得到实惠，另一方面则是解压，放松心情。”

张红强认为，圣诞主题展实际上是购物中心与消费者的一次“对话”，一旦能激发情感，再多的资金投入也是值得的。因为圣诞主题景观能吸引客流，当客流上去了，销售也会实现提升。

业内：借势发力赢市场

“在美国有‘黑色星期五’的说法，消费者开始圣诞大采购，商家也期望从中获取更多盈利。实际上，现在在中国零售行业圣诞节营销也被广泛应用了，它

也标志着年底消费旺季的正式到来。”赵华告诉记者。

然而，和去年相比，今年郑州商场的圣诞热推迟了几天，个别商场目前仍处在准备中。随着“双11”、“双12”电商冲击波的不断拉长，圣诞市场或多或少受到影响。

“部分服饰品牌的圣诞促销已经提前了，有的低至4.9折，但是，圣诞节最大的亮点不该是折扣力度，还是要从圣诞造景中突出差异化竞争优势，这是实体店的优势，也是电商所不具备的。”张红强表示。

店商不约而同将圣诞造景作为突击圣诞市场的主要发力点，通过真实、欢乐的圣诞氛围来激发消费者购物欲，以期从客流制胜。

河南省商业协会副秘书长任佳称，商家欲把握好圣诞季就要学会借势发力、巧赢市场。圣诞主题展是一个很好的切入点，但商家要尽可能放大消费者的购物体验。同时，圣诞造景要不局限于点、面结合，要通过精心设计实现商场360度全景圣诞美陈，还要加入音乐、表演、剧情等元素，让创意跑在消费需求前面。

藏宝阁 栏目记者 丁冬洁

爱的保护伞

父爱是无言的，就像一把保护伞，遮挡着孩子人生道路上的风风雨雨。和大多数女孩一样，雯雯也享受着父亲的宠爱，有时父亲会扮演她的同龄伙伴，一起玩游戏、比赛书法、烹饪美食……父亲一向顺着雯雯的意思，让她遵从内心想法。

然而，高考后对于报考志愿的选择，父女俩却产生了分歧。父亲希望女儿呆在自己身边，报考本地大学，而雯雯却执意要去远方，想有一个刺激又新鲜的开始。不过最后父亲还是选择妥协：“由她去吧。”

儿行千里母担忧。其实，不善于表达的父亲同样在内心十分牵挂女儿。开学的日子到了，雯雯倔强地自行前往，而父亲则偷偷买了车票，坐在同一趟车的最后一节车厢。父亲悄悄地跟着女儿，看着她自己问路、自己报道、自己收拾行李，顿时热泪盈眶，慢慢长大懂事的女儿让父亲倍感欣慰。当女儿办完入学手续后，父亲敲开了雯雯宿舍的门，送给女儿一个惊喜。

“你怎么来了？”雯雯还没回过神，父亲把一个精致的玫红色首饰盒递到她手上。打开来看，是一条天成珠宝黄金狐狸吊坠。 “开学礼物！现在你长大了，总有一天你会离开我的羽翼独自飞翔，也会遇见人生另一半，有自己的家庭。但在爸爸眼里，你永远都是一个孩子。爸爸永远爱你，保护你。”听完父亲这番话，雯雯满脸幸福。

本期宝贝：天成珠宝黄金狐狸吊坠



藏宝物语：金色的狐狸寓意着收获珍贵而永恒的爱情。狐狸具有巩固爱情、旺财运等寓意，另外狐狸也是专情、智慧、魅力、灵性的象征。

此款狐狸吊坠面部凸面，立体感强烈，双眼灵动，魅而不妖，闪耀一样的光彩，华丽却致命，安静于黑夜之中。尾巴刻画细致完整，自上而下，简约流畅，凸显女性神秘优雅的独特气质。

又是一年圣诞季

主题营销亮点多

郑州国贸360广场：
“红心皇后的乐园”登场

11月22日，郑州国贸360广场“奇妙之夜 点亮魔幻——2014圣诞亮灯仪式”举行，以“红心皇后的乐园”为主题，为消费者打造别具一格的圣诞主题展。

据了解，郑州国贸360广场在圣诞营销策略上实现突破，本次主题展将持续至2015年元旦后，期间将推出奇幻圣诞随手拍、奇幻圣诞原声地、奇幻圣诞情景派对、奇幻圣诞天籁之音等活动。

郑州万象城购物中心：
21米高圣诞树即将亮相

12月6日，郑州万象城购物中心将举办主题为“万象之光，点亮圣诞”的圣诞亮灯仪式，届时21米高的圣诞树将呈现在消费者面前。

“除了圣诞树，万象城将定制8台全球最大留声机在外广场，将音乐艺术融入圣诞氛围。”郑州万象城购物中心负责人表示，当天活动现场不仅有梦幻中的童话人物穿越到现实中巡游送礼，还会有更多互动游戏带领顾客开启圣诞吃喝玩乐购全方位体验。

另据介绍，12月24日，明星曹格将带着孩子Grace和Joe全家一起空降万象城，与郑州消费者一起度过温馨欢乐的平安夜，同时，万象城品牌岁末最大力度折扣和会员回馈活动也将全面展开。

信息速递

海信智能家电巡展郑州

本报讯 近日，2014海信智能家电全国巡展活动在郑州举行。此次活动以“智领未来 享你所想”为主题，并先后在沈阳、长春等26个城市陆续开展，历时三个多月。

海信智能家电展区采用开放式设计，分别展示了百寸巨幕的VIDAA MAX激光影院、ULED电视、VIDAA2智能电视、触摸电视、曲面电视、苹果派A8系列智能空调、十字四开门智能冰箱以及VIDAA BOX智能盒等智能家电产品，全新产品带来的新奇体验引发了众多观众围观和互动。

海信近期上市的玛卡珑4G手机、8英寸ITV产品F5180也在本次活动展出。时尚的外观设计、流畅的功能体验，海信智能移动产品也将成为本次活动巡展一大亮点。

(王子涵)

格兰仕发布三门智能全风冷冰箱

本报讯 (记者 张涵秋)近日，格兰仕推出新品三门智能风冷冰箱“风华正茂”，是格兰仕冰洗在风冷冰箱领域的第二个大动作。

“风华正茂”采用国内顶尖风冷技术，确保高效保鲜，永不结霜。且多风道循环设计，可单独关闭冷藏室、变温室，有效解决储存食物串味难题。新品在格兰仕一代风冷冰箱基础上，整体进行了优化，制冷技术和外观都得到升级。

据悉，格兰仕冰洗正在研制对开门大容积冰箱，2015年有望与广大消费者见面。

2015年中式新派婚礼秀举行

本报讯 (记者 赵佳)11月23日，2015年中式新派婚礼发布会在裕达国贸酒店举行，近200位准新人在现场领略了一场婚礼、婚纱视觉盛宴。

据悉，本次婚礼秀契合裕达国贸酒店会议中心周年庆，上演新派中式风，以中国红为主导，搭配绸缎、蜡烛等经典元素，将传统美与现代时尚融合在一起，演绎出新派中式婚礼的风俗格调。

裕达国贸酒店负责人介绍，在裕达8层近千平方米的无柱式宴会厅举行一场中式新派婚礼会给人带来更多幸福感，如今裕达会议中心已经走过15年峥嵘岁月，无论市场如何变化，裕达对硬件的配备、对服务的追求、对品质的执着以及对行业的热爱不会改变。



周大福开启85周年庆典

本报讯 (记者 丁冬洁)周大福85周年盛典今日在上海拉开帷幕，此次盛典以“红·曜世界”为主题，寓意着周大福绽放全新活力。

际权威合作伙伴——国际铂金协会、世界黄金协会、永恒印记及力拓集团，及知名艺术家林文杰、马兴文，所打造出的“源水生花”、“金穗之舞”、“爱的守护”以及“大地之光”四款作品，为周

大福85周年华诞献礼。

此外，周大福所开创的具有代表性的历届拍卖会臻品也在现场逐一亮相，演绎品牌的工艺及创新设计，为到场嘉宾奉上一场前所未有的珠宝艺术盛宴。



郑州国贸360广场亮灯仪式现场