



近年来,商场中庭越来越受青睐,不仅成为购物中心的标配,而且部分百货在转型调整后加大中庭活动频次。每逢周末和节假日,商场中庭向来热闹非凡,人气爆棚。作为商场内位置最好的区域,中庭具体呈现什么样的活动和品牌,各商家均没有标准。业内人士认为,真正的“中庭经济”并非租金和分成收益,更多的是通过互动带给消费者体验感,从而展示企业文化和形象。

郑州商场做大“中庭经济”

本报记者 武焄

商场中庭忙不停

中庭有“城市大起居室”之称,是商业环境中非营业性的开放空间,一般位于商场一层。在郑州,二七万达广场、万象城购物中心等MALL均设有面积较大的中庭,在BHG时尚百货和大商新玛特金博大店等百货也有一片开阔、大气的中庭。平时逛街,消费者最常看到的就是儿童拓展攀爬设备和服饰品牌特卖会。鉴于活动有趣和折扣诱人,中庭在短期内聚集大量人群,大多数消费者乐此不疲。“进入中庭的活动一般包括静态类新品展示、主题活动、儿童游乐设施和商品特卖会。还有一些公益活动,很多商家都非常支持。”锦艺城购物中心负责人说。近日,在万象城购物中心中庭举办的“粉红丝带”公益图片展现场,除了围观的消费者和忙碌的商家,某汽车品牌代表在考察场地,打算在此做新车上市活动。据了解,不少商场为企业提供场地做品牌推广,旺季时争相租赁中庭的企业还排起了长队。“有的尚未开始活动落地的品

牌年前就已签过合同,一般都要提前半个月到二十多天开始预约,而哪些品牌可以进来做活动,也是有一定要求的。”锦艺城购物中心负责人说。万象城购物中心负责人表示,场外品牌在中庭做活动一定要符合商场的定位,要有品质和影响力,不过中庭受欢迎指数虽高,但租金并不会很高。

活动推广赚人气

采访中,商家普遍表示,2015年将进一步提升商场中庭的价值,向消费者呈现更加丰富多彩的活动。那么,为什么商场中庭如此“吃香”?一般情况下,中庭和外场的区别就在于温度,像冬天夏天大家更青睐中庭,但鉴于商场内环境好、品质高,很多品牌商即便在春秋季节也更愿意在商场内中庭做活动,这样能显示出更高的档次,给消费者更好的感受。”大商新玛特金博大店负责人说。据透露,我市大部分商场在与品牌协

商合作过程中,或纯收取租金,或进行联营收取扣点,租赁时会依据商场中庭面积、位置、时间段和品牌知名度开出不同价格。“大家都把中庭比作‘吸金王’,但我觉得不准确,‘人气王’才对。中庭活动能使人气有一个明显的提升。商场并不会以中庭收益为主,有些活动需要贴钱,比如花重金去邀请明星,举办大型主题展等。”万象城购物中心负责人告诉记者。业内人士认为,商场中庭存在的意义重点在于聚集客流、招揽人气。大部分商场中庭基本没有空闲,而无论什么类型的活动都能得到极高的关注度,当人气提上来时还能在一定程度上补偿位置较偏的商铺客源,最终促进商场消费。

互动增强体验感

体验一词由来已久,近几年在商业圈内也始终能作为热议的焦点。体验和商场中庭有着紧密的关系,除了人气,商家还十分看中中庭能增加体验成分的功能。“在商场中庭举办活动往往是短期的,而且流动性很强,那为什么大家都在追求大中庭,其实一点也不奇怪。”万象城购物中心负责人说,“如果商场中庭面积很小那该发愁了,怎么去体验?”锦艺城购物中心负责人认为,无论是商场的活动还是引进品牌的活动,最终一定是互惠互利实现双赢的。品牌更看重推广效应,商场更看重互动性,通过中庭营销活动给消费者带来更强的体验感,这样才能培养出更多的消费者,增加对商场的粘性。



资讯速递

丝绸之路 非遗嘉年华亮相洛阳



本报讯(记者 周文玲)近日,洛阳丝绸之路非物质文化遗产嘉年华(以下简称洛阳丝路非遗嘉年华)举行发布会,该项目由北京九丰文化投资集团投资,洛阳丰晖文化传播公司主办。据悉,洛阳丝路非遗嘉年华是中国洛阳牡丹文化节主体活动之一。目前,园区的各项建设已接近尾声,各种文艺表演和文化项目也都准备就绪,将于4月8日开园迎客。

洛阳丝路非遗嘉年华项目园区设在定鼎门遗址。其中,天枢剧院、八大主题场馆、美食城是园区的核心建设工程。在非遗址区中,游客能欣赏到以瓷、纸、茶香、造漆、饰这几类与人类生活紧密相关的文化符号为主题设计的八大主题场馆,并且能现场领略或参与这些传统技艺,体会丝绸之路带来的世界文化的交流与融合。

同时,园区每天会举行近十场各种表演和互动活动。在轻便便携球形剧院——天枢剧院中,观众将欣赏到国际水准的顶级驻场大秀《天下洛阳》,该剧由一流的创作团队打造,150位中外演员倾情参演,运用当代顶尖的舞台创新科技,带给观众水火交融的360度观演体验。以“天上七星,地上七天”中的北斗七星为线索,通过七幕篇章,再现繁盛丝绸之路的七个历史片段。从河洛文化开启第一幕,期间穿插近20种世界各地具有民族风情的表演,最终回归《天下洛阳》这个主题。

此外,园区设有以国内外特色美食为主要业态的美食城,将打造一个干净卫生、美味丰富、富有洛阳特色的洛阳人民的城市会客厅。美食城还有丰富的节目表演和活动,如武皇巡游仪、划拳大赛等。

据主办方透露,4月8日~18日,在定鼎门城墙,每晚将给游客和洛阳市民上演一场3D建筑灯光秀,恢宏大气的再现盛唐神都气象。并且园区计划举办首届洛阳国际涂鸦大赛,国内外涂鸦大咖会现身园区表演,届时游客将看到传统文化与现代艺术的碰撞。

万豪举行 环保概念婚礼秀

本报讯(记者 赵佳)3月15日,郑州绿地JW万豪酒店举办了一场创意婚礼秀,以“萌芽”作为此次环保风尚活动的主题。通过对低碳环保概念婚礼的完整诠释,让宾客从视觉、听觉等多方面感受定制婚礼的独特魅力和震撼效果,用最纯粹的方式庆祝爱,并向环境与生命致以最崇高的敬意。

郑州绿地JW万豪酒店联合牵手婚礼策划及全球豪华电动汽车品牌特斯拉等联盟商家,从环保和爱情出发,大胆设计、巧妙构思,呈现中原地区首场环保概念婚礼秀。以一场概念型的婚礼,一次颠覆性的设计,倡导低碳环保的生活理念,为保护我们赖以生存的地球做出力所能及的事。

此次婚礼秀用接近自然的极简主义设计风格,全场以绿色森林造景为设计主旨,既环保又个性时尚。整场婚礼秀所有细节无不体现着低碳概念:废旧的单车、轮胎与花艺重新组合搭配;废旧报纸稍作加工后的矩阵排列等设计,现场目不暇接的装饰效果给许多来宾都留下了深刻的印象。郑州绿地JW万豪酒店希望通过萌芽行动,以个人出发,低碳环保从我做起,从点滴小事做起。

消费提醒

网购下单做到“四注意”

近年来,网购队伍不断壮大,随之而来的网购消费投诉也逐年增加。网上购物大多是异地交易,常见发货较慢、货不对板、快递延误、货物破损、异地维权难等问题,因此消费者在网购时一定要做足功课。

专家提醒,第一,要明白“无理由”并非“无条件”退换货,购买时要确认不宜退货的商品等情况。例如,定作的、鲜活易腐的、在线下载音像制品等均不适用无理由退货。还有一些商家故意设置障碍不予退货,消费者在购买前一定要问清。第二,要选择规模大的、诚信度高的、口碑好的、售后服务完善的购物平台。正规网站首页顶端都标有“网上销售经营许可证号码、工商行政管理机关盾标志和网警标志”等相关许可和安全标识,且可点击进入查询信息真伪。第三,选择有第三方支付监控的付款方式,不要把款项直接汇入对方的私人账户。第四,在收货时,最好先验货后付款和签字,消费者必须在快递员面前当场确认货物的完整、数量和质量,有问题可当场拒收,并在快递单上注明拒收原因。 乔风

酒业快报

第十五届中国(郑州)糖酒会将启幕

本报讯 3月16日,河南酒业协会在郑州发布消息称:以“新常态孕育新机遇、新合作迈向新征程”为主题的2015年第十五届中国(郑州)糖酒会将于4月24~26日在郑州国际会展中心举办;“富平春酒”——2015第二届河南省民间品酒师大赛同步举行。新闻发布会现场,河南省酒业协会负责人及相关媒体,与主办方河南省酒协及富平春酒厂负责人深入交流。

随着中国白酒业的革新,白酒日渐垂青普通大众等终端消费群体。如何占据大众群体的酒类消费市场,如何迎接消费者主权时代的到来,是日前国内各酒企都在考虑的重要问题。鉴于此,河南糖酒会组委会站在行业发展的高度,经过周密细致的市场调研,决定以举办“民间品酒师大赛”的形式,将那些遍布于各行业的“爱酒、懂酒、善饮会饮”人士,聚集到郑州糖酒会上,让他们通过品酒比赛,熟知健康饮酒知识及理念,进而成为中华酒文化及酒企的“口碑宣传者”。

据河南省酒业协会副会长王永祥介绍,首届河南省民间品酒师大赛共有9人被授予河南省首届优秀民间品酒师称号,87人获得河南省民间品酒师资格证书,本届民间品酒师大赛将在全国范围内评选出99位大师。

新闻发布会现场,河南省内及业界等诸多媒体,针对河南酒业协会举办品酒师大赛的初衷、富平春酒业发展概况、新一届品酒师与富平春酒业如何嫁接等诸多问题展开交流。王永祥表示,本次大赛旨在“传承华夏酒文化,引导酒类价值回归”,培育出一支具有民间特色的品酒师队伍。通过本次大赛让更多酒企找到自己品牌理想的“民间代言人”,借此进一步扩大自身品牌影响力。

富平春酒业总经理张青峰说,富平春是一个拥有40年生产历史的浓香型白酒企业,经营有“富平春”和“贾湖”两个品牌。尤其是2013年与大地集团牵手以后,富平春酒业的生产规模进一步扩大,市场占有率进一步提高。“骨笛悠悠送千古佳酿,酒香阵阵同享富平平安”。富平春酒同时也是对贾湖文化的继承和发扬,此次参与2015第二届河南省民间品酒师大赛,将与糖酒会组委会一起弘扬古老的美酒文化及健康饮酒的理念;同时也表明了富平春将进军省会市场的决心和信心,并且将以省会市场为核心,逐步向全国市场辐射和覆盖。(付震)

宋河酒业2015经销商年会召开



近日,“聚力革新 共赢未来——宋河酒业2015全国经销商年会”在许昌鄆陵县举行,来自全国各地的经销商们共聚一堂,共话未来。

2014年,整个白酒行业可以说是在变革与调整中走过,不管是宋河企业本身还是经销商,都付出了远超以往的艰辛努力,最终实现了销量稳中有升、质量稳步提高的业绩,销售收入连续13年

位居豫酒第一。宋河股份总裁王祎杨在会上对宋河酒业2014年的发展作出了综述,并详细解析了2015年规划。对于2015年宋河发展规划,王祎杨用一句话作出了概述:“业绩河南第一,品牌响亮说话。”要做到业绩河南第一,主要有以下几个方面:第一,核心市场巩固;第二,一般市场升级;第三,寻找新一轮的发力点,开

辟新的核心市场;第四,主导产品上量;第五,省外市场招商;第六,中档战略产品投放,打造强势大单品;第七,继续深挖省内农村市场,在有些乡镇形成绝对优势。

对于品牌响亮说话,主要是坚持品牌“从群众中来,到群众中去”的原则,以产品为载体,落实到市场上,同时注重与消费者的互动,重视视觉氛围,并多做能有效互动的线下互动。

今年的经销商会议,宋河酒业特意邀请了几位优秀经销商发表感言,其中许昌经销商范先生感言:“之前我是做其他牌子的,做了五年也没赚到啥钱,去年我主动选择做了鹿邑大曲,因为鹿邑大曲是河南的一张名片,口感好,消费者喜欢,销量大,一年下来,该赚的钱我也赚到了,所以我想说,做鹿邑大曲,哥骄傲!”这让广大经销商更是增添了无限信心。

会议最后,为了答谢新老客户多年来对宋河酒业的支持,宋河酒业为客户颁发了“优秀经销商”奖、“金牌战略联盟商”奖等奖项。

高丽艳

彩陶坊·酒韵系列新品发布



本报讯 3月16日,仰帆起航·彩陶坊·酒韵系列陶香型新品上市发布会在浉池举行,行业领导及厂商代表100余人一起品鉴美酒,畅谈仰韶文化,共享陶香型白酒新财富,共商仰韶发展大业。

河南省酒业协会会长熊玉亮,国家注册高级评酒师、河南省酒协白酒分会副秘书长武红亚,与仰韶营销公司总经理卫凯一起登台,共同启动彩陶坊酒韵系列新品上市。

据仰韶酒业董事长侯建光介绍,彩陶坊·酒韵系列新品是仰韶酒业为适应市场变局,通过科技创新与传统工艺的完美结合,为消费者提供的更有价值与品味的优质白酒,是仰韶酒业的诚意之作。

彩陶坊·酒韵系列新品经河南省酒协协会会长熊玉亮,河南省酒业协会副书

长王磊,国家注册高级评酒师、河南省酒协白酒分会副秘书长武红亚品评,一致认为:无色透明,香气幽雅舒适,醇厚丰满,尾净味长,风格突出。

发布会现场,熊玉亮表示,仰韶是豫酒历史悠久,文化底蕴深厚的企业;仰韶是创造了包装最具文化品位,并获得世界包装设计最高奖的豫酒企业;仰韶是创造了河南白酒新香型——陶香型,最具创新力的企业。此外,河南仰韶营销有限公司总经理助理、国陶销售中心总监高红涛围绕招商政策向到场经销商作了主题演讲。

据悉,彩陶坊·酒韵系列新品,精选九种粮食,经“陶池发酵、陶甑蒸餾、陶坛老熟、陶瓶储存”四陶工艺,由国家级白酒评委4名、河南省白酒评委11名、酿酒专业技术人才386名负责味蕾打造。(王见宾)