

## 商家发力年轻人市场

本报记者 武姣

当80、90后成为消费主力军,如何满足年轻人的个性化需求,已是近两年商家关注并思考的问题。在郑州,一些购物中心从开业之初就将目标客群锁定80、90后,部分百货在转型调整过程中,也想方设法顺应80、90后消费习惯,业内人士认为,社交化消费是未来商业的趋势,商场已成为年轻人的社交“根据地”,想要赢得年轻人市场,商家需不断创新,增加年轻人的消费粘性。

## 年轻客群备受关注

如今,在80、90后的眼里,去商场约会是一种潮流,更是一种生活方式。每逢周末,郑州各大商场都能聚集较高的客流,这其中年轻人占绝大多数。

随着80、90后成为消费主力军,越来越多的商场开始专攻年轻客群,商家普遍认为80、90后非常有自主意识,他们喜欢个性化的东西,追求体验文化,其消费习惯和消费理念会左右市场的发展方向。

记者了解到,郑州多家购物中心在有一个十分清晰的定位之后,开始洞察年轻人的消费走势,招商时更倾向于潮流品牌,日常营销会根据年轻人最关注的热点话题举办有趣的活动,还会通过考察学习来提高商业敏感度。

不过,80、90后并非购物中心的专属。传统百货意识到突围变革一定不可与年轻人失之交臂。“百货业态正处于深度调整期,百货必须要有足够的前瞻性,及时应对消费人群的变化。”大商新玛特金博大店营销部长张佳说,“市场已经敲了警钟,百货业不能固步自封,百货原来的经营模式已经不符合80、90后的消费习惯。”

和大商新玛特金博大店一样,郑州多家百货商场认真研究年轻客群的价值取向、时尚观念、心理特征、消费习惯等,顺应商业趋势,细分市场调整升级。

## 商家调整更加“好玩”

不难发现,目前在郑州“好玩”的商场越来越多。逛街买衣服,和朋友们聚餐,看电影,为人父母的还可以带孩子走进溜冰场或电玩区,吃喝玩乐一站解决,可以一整天都泡在商场里。

“80、90后适应新鲜事物能力强,消费需求非常大,商场想要大客流就得吸引住年轻人。中原新城店的宗旨就是要做成一个好玩的店。”大商新玛特中原新城店营销部长卢莲莲说,好玩就是商场内前卫的体验项目足够多。

近几年,郑州多家商场进行大调整。例如,建文新世界商厦重新调整之后,坚持年轻时尚的理念,全新引进200多家新品牌,并调高餐饮、娱乐比例,为80、90后提供有个性的玩法。国贸360广场在经过几轮调整之后,开设不同主题馆,提高了体验度,更加突出“时尚潮BUY地”的概念。而眼下仍有多家商场将调整工作视为今年重点任务之一。

“二七老商圈正在蝶变中,在激烈的市场竞争中,为了实现差异化经营突出自身优势,金博大店调整后定位流行时尚,努力集聚人气,特别要重点培养80、90后客层。”张佳告诉记者,经过去年的调整餐饮,面积已从原来的700多平方米增加到3000多平方米,目前美发店即将装修,三楼还将引进一些SPA项目。

## 赢得市场亟需创新

没错,在布局年轻人市场的竞争过程中,如果商家在品牌、活动、推广等方面盲目跟风,或将会出现新一轮同质化问题。而且,从80、90后的消费特征上看,想要“讨好”这部分消费群体并不容易。年轻人喜欢新、奇、特,商场就必须不断创新。

“万象城进入郑州一年了,为消费者和市场带来了新的购物中心理念,这个‘新’我们将持续保持。”万象城购物中心相关负责人说,“我们已经打造出年轻人喜欢的具有万象特色的活动,今年的暑期档活动将增加新的元素和表现形式,时尚类活动也会实现创新。”

国贸360广场企划部经理尚冬玉表示,事实上80、90后更多的是情感消费,他们会根据自己所感受到的体验做出选择,年轻人追求个性,商家就要不断创新,新的东西结合好的服务就能增加顾客粘性。

“一个商场之所以吸引人,重要的是消费者找到了自己想要的,对于年轻客群更要满足他们的好奇心。”河南省商业协会副秘书长任佳说,商家要想赢得年轻人市场,商业理念必须实现创新。

任佳表示,在实现创新方面,商家要对品牌进行合理规划与管理,做到人无我有,营销活动则需深挖80、90后消费喜好,采用新的传播方式,做好线上线下相结合。

## 消费茶座

商家突围O2O  
“双线”融合是关键

日前,2015中国零售业O2O大会暨第十二届零售业信息化&电商峰会举行,据悉,O2O全渠道整合营销,正成为越来越多传统零售企业走出困境,转型变革的方向。

传统零售业如今迎来“新常态”,在这个大背景下,“触网”似乎成了不少零售企业深度调整的必经之路。从起初的自建网站或依托第三方平台,到逐渐摸索线上向线下引流以及开始思考如何线上线下融合发展,商家始终面临着电商的诱惑与挑战。整体来看,大部分企业对于O2O的尝试并未出现显著效果,实际操作起来遭遇不少瓶颈,商家普遍坦言:O2O并非看上去那么简单。

只要方向对了,走得慢一点也能到达目的地。传统零售企业试水O2O模式,首先要找准发力点。鉴于实体店多年来培养的线下优势,通过与线上优势相融合,实现“双线”闭环,或将是一个好策略。

相比传统零售企业,很多互联网企业都在探索往线下发展,O2O模式已不仅仅是未来的一个趋势,对于商家而言这还是一个很大的商业机会。在研究O2O的课题过程中,打通线上线下,融合思维需要渗入在多个环节。

用户体验是线上线下融合的落脚点。业内人士认为,线上线下360度用户服务与体验的全渠道融合很重要,其核心在于让消费者有效参与进来,并可以在原有基础上增加新的体验、服务感受,让他们得到实际性的双向便利。

有了用户体验,才能从线上走到线下,同时从线下得到更多的数据资源反馈。专家表示,商家探索O2O要注意数据积累,从而构建大数据体系,这样才能实现线上线下渠道信息流的融合。当然这还不够,线上线下销售产品不可分离,消费者在支付时网上、实体店应该通行。在O2O模式下,传统零售企业必须通过整合线上线下渠道实现产品的高效配送。

分析人士认为,线上线下对于企业的宣传也需要融合。互联网时代信息碎片化特征明显,商家要采用多元化推广手段,来展现出特征明显的品牌核心价值,线上线下通过互补,各自发挥渠道优势。

## 消费指南

## 如何选购蓝宝石

随着气温上升,人们更加重视珠宝搭配,蓝宝石成为众多女性青睐的装饰品。那么,在选购蓝宝石的时候,需要注意哪些问题?

**注意观察颜色:**一般来讲,蓝宝石除了红色之外,还有粉色、黄色、绿色等颜色,每一种颜色都各具特点,每个人对蓝宝石颜色的选择以具体情况而定。当然,蓝色最受欢迎,特别是略带紫色色调的矢车菊蓝。而越是品质好的蓝宝石颜色多为浓艳,但不能带黑蓝色。消费者购买时需观察蓝宝石颜色是否均匀一致,不过不同光源对蓝宝石颜色有很大影响,宝石在强光下看来会较浅色,但在一般日光下则会较“黑”。蓝宝石的瑕疵一般较少,所以挑选时注意瑕疵应比注意切工重要。一般来说,有色宝石在肉眼看不到瑕疵就可以接受。

**避免以假乱真:**市场上最常见的是用玻璃充当蓝宝石,玻璃中的包裹体种类繁多,最常见的就是气泡,而宝石没有气泡。玻璃里的气泡,用10倍的放大镜观察,就易发现凹面,凹陷的通常是玻璃。同时,还有人工合成的蓝宝石,这种蓝宝石色泽刺眼,没有天然色泽的深沉感。而天然的宝石总是有些杂质,不少合成的蓝宝石里面洁净无瑕。此外,比较常见的仿品还有水晶、托帕石、锆石、萤石等。总是,仿制品无法模仿蓝宝石的硬度和密度。蓝宝石可以拿来划玻璃,仿品则不能。消费者购买蓝宝石时还要留意商家是否有官方机构的鉴定证书。

## 消费资讯

周大福  
“丝路任我行”海选启动

本报讯(记者 丁冬洁)近日,周大福“丝路任我行”拉开帷幕,将在全国范围内进行海选招募。本次周大福计划通过跨界体验活动,寻找真正对“丝绸之路”感兴趣的人,以表达具有文化意蕴的品牌诉求。

据悉,“丝路任我行”从西安出发,途经中东,最终到达欧洲,行定期一个月到三个月,最终选出特聘员工。特聘员工可通过图片、文字、视频等方式,展现沿途所探寻及经历的古今人文及经济文化等。

“丝路任我行”首轮招募期截止至6月,即日起,不论男女只要热爱旅游,对丝路文化感兴趣即可提交报名申请。可进入乐提网官方活动页面,手机移动端请在周大福线下分店扫描活动二维码,进入活动页面,填写提交电子报名表。在乐提网上传参赛视频及行程规划,视频内容包括自我介绍及行走路线规划。视频投票将选出20人至武汉参加决赛,多方考核后最终选出4名优胜者。

符合要求的报名者经过遴选有机会成为周大福特聘员工,自主规划线路重走丝绸之路,并有机会获得高达数万元的员工福利。

丹尼斯百货人民路店  
阿玛尼专柜举行美妆沙龙

本报讯(记者 赵佳文/图)近日,丹尼斯百货人民路店阿玛尼专柜举行美妆沙龙,时尚美妆护肤专家李铭泽、人气偶像任恺莅临现场。

活动现场,李铭泽选出三名消费者,根据她们的肤质选择了三款阿玛尼经典底妆产品。并讲解了如何根据自身情况选择适合自己的底妆产品和步骤,活动间隙,在场的消费者也体验了阿玛尼的产品。作为光影大使,任恺表示比较欣赏女生薄、润、透的妆容,而阿玛尼底妆产品正好能打造这样的妆效。

据介绍,阿玛尼“大师”光影底妆,层叠与混合艺术,历经时间考验,终成经典之作。其精髓在于其无与伦比的Micro-fil™超微研粉科技,将所有色彩颗粒反复研磨至无可比拟的超微精细标准,使底妆产品能随意层叠,交相互补。

KADO 深圳嘉道装饰

腾讯·大豫网

活动时间:2015年4月18日至5月10日



最高赢得5万元装修奖金!

Free decoration

大豫网联合深圳嘉道装饰五一惠民行动

深圳嘉道装饰整装模式震撼来袭,三分钟报价,全程托管,省心省力,一站全有,让您装修像买产品一样简单!

深圳嘉道全新整装模式“一口价”强势来袭  
不分包、无增项,整体装修,选择深圳嘉道装饰!

深圳嘉道整装服务的十三大不限量:

- |             |                              |            |             |
|-------------|------------------------------|------------|-------------|
| 1. 不限墙砖数量   | 2. 不限地砖数量                    | 3. 不限厨柜数量  | 4. 不限油漆数量   |
| 5. 不限地面找平数量 | 6. 不限室内门数量                   | 7. 不限地漏数量  | 8. 不限厨卫吊顶数量 |
| 9. 不限木地板数量  | 10. 不限过门石数量                  | 11. 不限防水数量 | 12. 不限顶角线数量 |
| 13. 不限品牌数量  | 嘉道整装项目、价格透明,无陷阱,无增项,不限量,无风险! |            |             |

本活动细节敬请进店详询,活动解释权在法律允许的范畴内归深圳嘉道装饰所有。

深圳嘉道装饰(郑州分部·郑汴店) 地址:郑汴路与玉凤路交叉口东北角 咨询热线:0371-56759888

全国免费热线:400-777-8028

网址:www.kadocn.com www.hnkado.com www.cnkado.com