

守正 出新

所有的过往都会在时光的打磨下渐行渐远,但那些特别的存在,似乎永远不会变成被封存的记忆,遇到一个相关的词语,就能让人娓娓道来。

没错,郑州商业的故事不知道被讲了多少回。

60年前,国有商场盛行,郑州百货大楼赚得盆满钵满,对本地市场进行长达近30年的“统治”,在郑州商业的萌芽期留下了深深的烙印。

1989年,亚细亚横空出世,先进的经营模式和服务理念震撼市场,随后几年,亚细亚发起二七商圈第一次商战,一时间郑州商业名场全国。

经过短暂的萧条,郑州商业于1997年进入“丹金时代”,丹尼斯、金博大两家企业带动了百货业态的复苏,从2002年开始,以北京华联为代表的来郑资本在郑跑马圈地,郑州商业进入了百花齐放的时期。

近年来,随着商业网点的密集布局,商业形态更加完善,郑州商业以最快的速度奔跑,并跨入购物中心时代。然而,去年中国经济进入“新常态”,传统零售业不可避免受到影响,如何破局的问题也摆在了郑州商业面前。

如今的市场危险四伏,机遇涌动。但各家企业已做好准备,主动出击。郑州商业的历史绘本,正在开启新篇章。



让梦想照进现实

本报记者 武俊

新动力十足 商业前景向好

2013年3月5日,郑州市政府出台的《关于加快商业中心建设的意见》中提出,要把二七商圈打造成千亿级商圈。诚然,“千亿梦”的实现需要多个大型项目的共同努力。在二七商圈,率先承担起这份责任的当属“太康西路”。太康西路沿线的四大商业项目中,万象城购物中心一期已于去年正式开业,大商新玛特金博大去年进行了开业以来最大动作调整,今年5月8日,丹尼斯大卫城进入试运营阶段,而正在紧张筹备的太康路360广场预计两年后开业。

同时,二七商圈值得期待的大型商业项目还有二七时代广场、恒隆广场、宏光财富高地等。此外,嘉里中心、恒祥百悦城、璞丽中心、熙地港、正弘国际广场等50多个商业项目正在或即将建设。

毋庸置疑,一大波商业综合体的入市将为郑州商业带来新动力,使商业格局再次更新,网点结构趋于平衡,给消费者、给市场、给社会更多利好。

“商家巨鳄不会选择落后的地区,他们会考量一个城市的消费水平,人群体量,市场规模,这么多先进的企业进入郑州,正是因为看好郑州的商业前景。”丹尼斯集团总经理王磊说。

河南省商业经济学会常务副会长兼秘书长宋向清表示,资本对市场的嗅觉和敏锐度是极高的,新商业项目密集入市,体现了商业资本对郑州市场的认可,尽管可能存在过剩和同质化的危机,但机遇大于挑战,动力大于压力,郑州商业将保持着较高的景气指数。

多业态引入 城市品位提升

从最早的商业街到今天的购物中心,零售业态经历了从单一走向多样化的历程,顾客的消费习惯在变,市场需求进一步扩大,于是,多业态融合的全新商业模式应运而生。而未来几年郑州大量入市的新商业项目,将颠覆传统商业认知。

在宋向清看来,多业态融合也是新常态下零售业的一大表现特征。通过引入更多业态来真正满足一站式消费,满足不同客层的需要。

王磊说,丹尼斯大卫城即是多业态组合的城市综合体的代表:百货主力店、MALL、精品超市、酒店集于一体,打造为城市生活中心,走进大卫城像走进了一座“城”,体验式消费占比40%,其中包括河南首家引入购物中心的剧场。

锦艺城购物中心总经理张红强表示,将于年底开业的锦艺城购物中心C区,定位海洋主题公园,把零售缩小至20%,首次尝试将旅游业态引进MALL。

业内人士认为,三五年内,郑州市场将会出现更多新的业态概念,商场更加强调情景式消费。除了新商业项目带来的改变,郑州原有的老牌商场也加快马加鞭转型升级中,百货店引入餐饮、休闲、娱乐业态,或作为新建购物中心的主力店。

“多业态的引入,培养了郑州市民新的消费习惯,让他们感受到最新的时尚风向和生活方式,并逐渐与一线城市接轨。”王磊说,商业是城市的脸面,可以看到当地人的生活品质,商业的进步助力城市品位提升。

大数据驱动 智能时代来临

郑州商业在新的时期发展时期不可避免的就是电商。实际上,电商给实体带来的不仅仅是冲击,更多的是机会。电商迫使实体商家开发和利用“数字化”工具,实现智能商业,完善消费者的购物体验。

目前,免费WiFi覆盖已成为郑州多家商场的标配,在此基础上,商家挖掘新的方式,来利用大数据分析顾客的消费行为。“商场通过精准的定位、导航系统,了解客流动线、停留时间和到访频次,得到一些数据来实现对消费者习性的分析。”郑州万象城购物中心总经理朱洪涛说。

在二七万达广场,消费者进入停车场时,不需停车取卡,闸机会自动放行。取车离去时,系统会自动计算出停车费用。这只是万达广场智能服务的一个细节,今年3月底,万达电商新平台“飞凡网”和飞凡APP低调上线,未来,智能储物、智能手环等服务将逐步覆盖万达线下各业态所有经营场所。

诸如此类的智能产品,丹尼斯大卫城、万象城购物中心等都在研制开发,此外,王府井百货郑州店线上线下有效融合,并引入移动支付,大商集团“天狗网”去年上线,目前正在尝试解决零售接触、体验、支付、消费的O2O闭环。

专家预测,未来几年,随着4G等智能技术更新发展,郑州部分商场或将采用“Beacons”技术(精准定位)传感器设备,将其嵌入到零售店铺的触摸屏中、货架、产品标签上,通过蓝牙技术和手机设备形成良好的联动。一方面便于数据的收集和存贮,另一方面实现顾客的智能购物。

专业性增强 商家创新求变

在激烈的市场竞争中,主观因素对企业发展的促进作用日渐放大,消费习惯和市场需求不断变化,这就要求企业在招商、营销、服务等环节更加成熟,以突出自身特色,实现差异化竞争。

“一个商业项目的发展不仅需要强大的资金支持,而且还需要专业度高的人才资源,锦艺城购物中心经过两年的成长,正在努力打造一支更加专业的商业团队。”张红强说。

河南郑州国贸商业有限公司总经理司小伟表示,目前商业圈内的新概念,很多人都懂,也都有意愿去尝试,但是好的想法和真正落地之间有一定差距,关键在于有没有很专业的人去操作。

从近两年郑州商家的常规营销中不难看出,各家企业在市场把握方面越来越进步,或自建商学院培训,或赴一线城市、国外实地考察,切实提高团队专业性,从内部发力,不惜重金将更先进的商业理念和模式引入郑州。

下一步,郑州商家还将深度细分市场,针对性展开主题营销,优化购物渠道,将体验感做到极致,不断提高服务水平,满足不同消费群体需求,以应变变,通过创新保持新鲜感,提升竞争力。

“商业要勇于创新,大胆尝试,不用担心郑州的消费者不会习惯,实际上郑州市场的接受度是很高的,有新的东西出现一定要在契合定位的基础上,想办法抓住机会。”司小伟表示,商场实现创新也是在促使消费者逐渐成熟,提升他们的消费审美和认知,从而培养新的目的形成。

馨香 怡人



国贸360广场举办龙猫主题展

本报讯 近日,郑州国贸360广场举办龙猫主题展,作为其5周年庆典的重点企划,此活动将持续至6月22日,旨在让消费者感受丰富体验之后,找回并保持年轻心态。

活动期间,郑州国贸360广场还原电影《龙猫》的经典画面,花园路外广场设置100多平方米展区,展出一只近5米高巨型龙猫和多个小龙猫,还有配套景观,正门口外陈列“雨中邂逅龙猫”的经典场景供消费者拍照留念,同时,十二星座龙猫同步上线,还特别开启启猫巴士专线,此外,商场内各大品牌陆续推出龙猫主题的糖果、面包、糕点、粘土作品等。

“国贸360广场每年都会做主题展,但不会重复,更不会盲目选择,我们的目标是希望让传统的购物中心向‘生活方式中心’转变。”河南郑州国贸商业有限公司总经理司小伟表示,此次龙猫展体现了国贸360广场在营销和定位上更具时尚化、年轻化,突出了差异化竞争优势。(赵佳)

金鑫珠宝感恩回馈消费者

本报讯 近日,金鑫珠宝第四届珍珠美人节盛大开幕,活动期间恰逢“六一”儿童节,金鑫珠宝将推出一系列回馈消费者。

宝贝才艺秀 惊喜得好礼:5月30日15:00-18:00,金鑫珠宝正弘店外广场将举行少儿才艺比拼活动,届时现场报名参加即可享受好礼相送活动,更有机会赢得金鑫珠宝独家千元3D硬金能量宝贝大奖。

同时,活动期间凡购买金鑫品牌黄铂金满5克以上,均可赠送一只儿童五彩吉祥手镯。5月30日-6月1日,消费者凡到金鑫珠宝的顾客扫描微信均可免费得到风车一个。

百元珍珠券 免费大派送:6月份珍珠美人节期间,凡顾客持旧珍珠饰品到金鑫珠宝正弘店一楼均可享受免

费保养。同时,在金鑫珠宝正弘店消费的顾客,均可免费得到100元珍珠券一张。凭购物小票更可进行换购:加19元可换购原价99元珍珠吊坠一个,加99元可换购原价690元珍珠手链一条。

生日有特惠 乐享惊喜价:消费者6月份在金鑫珠宝正弘店参加珍珠展,即可享受万件珍珠狂欢惠活动。另有惊喜价:18K金珠吊坠288元、258元起数量有限;珍珠项链原价560元,惊爆价280元。

此外,凡6月生日的会员持会员卡到金鑫珠宝正弘店三楼均可领取6月专属生日礼——珍珠耳钉/珍珠手链,6月份生日的顾客购买珍珠饰品均可享受6折,更可参加珍珠美人节幸运刮刮卡抽奖活动。(丁冬洁)

快乐「童」享 让六一

“六一”儿童节将至,我市各大商场紧盯“宝贝经济”,提前推出一系列儿童主题营销活动,不仅包括亲子类文化体验活动,而且还有大力度折扣促销。眼下正忙碌着给孩子准备礼物的家长们,如果还没有好的想法,不如来看看商家推荐的几种玩法。

世纪联华 CenturyMart 100万 现金礼券大派送 5月27日-6月1日,凡当天超市内消费满98元、198元、298元、398元的会员顾客,即可凭购物小票到活动处领取相应金额的现金礼券。限时抢购 5月30日、6月1日,当天18:00-21:00分推出限时抢购活动。微生活 现场绘画大赛 5月27日-6月1日每天10:00-20:00,家长可带小朋友(年龄要求12岁以下)到任意门店绘画处参与绘画并进行微信公开投票。