



郑州商家掀起票房之争

本报记者 武姣

关注 郑州影院高速发展

据统计,2014年,郑州以26个影院共178块银幕数录得约4.6亿元票房,在年度一二线城市排名中位列第13位。其中,郑州耀莱国际影城锦艺店、奥斯卡大上海国际影城、万达影城二七店、万达影城中原店纷纷上榜中国2014年百强影院名单。耀莱国际影城锦艺店以4267.49万元摘得2014年郑州电影票房榜桂冠。

去年,郑州各大影院的不俗表现在业内引起较大反响,业内人士认为票房及观影人次也在一定程度上反映出购物中心的经营情况,相对全国市场郑州影院处于高速发展期,未来也将有跨越式发展。

据悉,一大波新的影院品牌又将袭来。将于年底揭开面纱的锦艺城购物中心C区打造“建业艾米1895电影街”,具有海量片库、独立空间的特点。韩国CGV星聚汇影城将于年内登陆丹尼斯大卫城,带来第四代IMAX影厅新体验。另在金博大二期卢米埃影城将登陆。除了购物中心,BHG时尚百货郑州店在今夏调整中,将拿出5楼2700多平方

米位置请进中影,预计9月中旬开业。

“我们做过时段销售的调查,下午3点之前,金博大店人气旺,但晚上7点到9点,国贸店客流量更大,其中,影院的贡献不可忽视。”大商新玛特金博大店负责人表示,商家不会无缘无故盯着影院这块“蛋糕”。

析因 捆绑经营收益颇多

目前,在郑州大部分商场影院是最受欢迎的主力店之一,同时,商场也成为影院选址的最优选择,影院依赖商场为其票房提供多元化保障。商场与影院的捆绑式经营实则相辅相成,双方均得到不错的收益。

“电影院是商场最聚人气的业态,它可以延长留客时间,拉动关联消费。”丹尼斯大卫城相关负责人表示,顾客看电影一般需要提前一到两个小时买票,在等待入场的时间可以就餐、购物、娱乐,无形中增加了消费机会,有效实现了与其他关联业态的相互促进。

同时,影院还具有较强的客流导向性。分析人士认为,顾客逛街不易达到高层,而

影院一般设在高层,顾客乘坐扶梯上下楼能带动其他楼层的销售,从而优化商场的客流动线,也增加了影院所在楼层的其他区域和邻近楼层的整体租金水平。

“影院的受众多为年轻人,这些客层已成为主力消费群体,所以,商场引进中影也是在适应市场变化,并与定位相吻合。”BHG时尚百货郑州店负责人说。

年轻人会对新片发布会和粉丝见面会感兴趣,所以也会冲着品牌影响力走进商场。“耀莱经常举办这样的活动,这对商场也是一种宣传,通过‘粉丝效应’提升了商场形象,并提高了商场的时尚度。”锦艺城购物中心负责人说。

预测 变革求新势在必行

毋庸置疑,商家永远追求一个业态的价值最大化,对于影院而言,还有更多的市场挖掘空间,如同购物中心的同质化困扰一样,影院差异化、细分化发展也势在必行,这不仅是与商场实现共赢的关键,而且也是满足消费者需求的必由之路。

未来几年,二七商圈或将有十几个影院,最近也不过一条马路的距离。届时商家将展开贴身肉搏,但不可能每一家都能赢得“高票房”。

“大家都开了电影院,就得讲求错位经营。”大商新玛特金博大店负责人表示,一般情况下,影院的生存状态与商场息息相关,其定位也需保持一致性,进行错位后就会出现不同的客流布局。

面对挑剔的消费者,各商场影院需不断提高观影效果和观影感受。于是,创新也是影院离不开的话题。从即将入驻郑州的影院来看,高科技化、个性化、自主化成为发展趋势。届时消费者可以体验到各类巨幕、4D厅等,还能选择主题包厢,随到随点随看,家庭性、私密性更强,同时,影院根据不同年龄人群私人定制,订票选座将更加智能化。

“从影厅功能配置、环境打造等硬件方面可进行创新变革,来彰显优势,可适应市场变化。但本质还要看运营管理。”锦艺城购物中心负责人表示:“会员管理、人性化服务、人气活动等都需要不断提升。”

郑报生活惠

试吃 现场

味觉记忆

用相机定格美好,是最通俗的表达方式,特别之于美食,似乎按下快门的瞬间就是一次告白。分享出去,简单、直接地记录下味觉心情。

幸福的画面时时上演,你是否留意?快来本周刊官方微信公众平台“郑报生活惠(zzrb_life)”的镜头里寻找可爱的自己。

老城外婆家:
清鲜醇浓 麻辣辛香



试吃时间:6月

试吃地点:老城外婆家

试吃现场:一进店,试吃惠员们就被老城外婆家的“气质”所吸引,墙壁上的原创油画,楼梯处艺术雕塑,鸟笼式包间……别致的装修透露出十足的文艺气息,温馨安静,令试吃惠员们纷纷拍照留念。当一大桌川菜摆在惠员们面前,所有人快速从“小清新”跳入“重口味”频道,“够辣、够味、够爽,好吃到根本停不下来。”试吃惠员普遍表示,老城外婆家的菜品性价比非常高。

试吃评价

惠员“快乐童真”:水煮鱼不愧是老城外婆家特色啊。鱼很新鲜,鱼片厚度可以看出师傅刀工很厉害,吃到嘴里香滑细嫩,也不会特别辣,能吃出来老城外婆家针对河南人的口味做了改良。

台乡·文武热炒:
清淡养生 味道可口



试吃时间:7月

试吃地点:台乡·文武热炒

试吃现场:低调怀旧装潢风格,再加上柔和的灯光,看似简单随意,却饱含台湾风格。温馨舒适的店内环境,缩短了试吃惠员们之间的陌生感,一进店大家便很自在地聊起天来。“为保留食材原本的鲜美,我们选用台湾空运而来的调味料,不添加任何大料,除了性凉的仙草制作的菜品,其他菜品孕妇都可放心食用!”大厨一边介绍,试吃惠员们一边吃得亦乐乎,试吃现场十分热闹。

试吃评价

惠员“蕙尔”:下酒必备的客家小炒,香脆可口的椒盐香酥虾,酸甜清爽的橙汁小排,还有肉质鲜嫩的塔香三杯鸡……哇哦,太好吃了。在郑州也能品尝到地道的台湾特色美食了。



扫描二维码
参与试吃

消费资讯

郑州万象城“史努比”展开幕



本报讯 近日,“华润万象城史努比·PEANUTS 65周年全国巡展”郑州站启动,人气女星许晴空降万象城购物中心助阵Snoopy巡展开幕仪式,活动现场人气爆棚。

史努比巡展将持续至8月2日,活动期间,消费者将在万象城购物中心看到全球最高的9米巨型史努比、欢乐冰场、梦想飞屋等大型经典互动场景,还有机会看到史努比的主人查理布朗的风采:1965年登上《时代》杂志封面,1969年乘坐阿波罗10号,开始了创纪录的登月之旅。

为配合此次巡展活动,郑州万象城购物中心将50多个重点品牌推出5折活动。餐饮业态更是与会员联合开展诸多DIY活动,小厨神艺术大赛、寿司课堂等,同时顾客还能享受超值优惠券。另外,全场购物满额还可获得Snoopy系列限量精美礼品。(虞圆圆)

TCL全国巡展登陆郑州

本报讯 近日,TCL电视“色彩科技革命”2015全国巡展登陆郑州,带来最新的曲面电视,让消费者享受到65吋高色域曲面电视9999元、55吋高色域曲面电视6999元的特惠价。

据介绍,TCL率先把曲面技术与量子点显示技术进行了融合创新,实现了曲面H8800量子点版110%NTSC色域值,满足了用户对极致色彩的需求,同时还通过人体工学仿生设计,减轻眼部压力与视觉疲劳,使消费者观看更健康、舒适。此外,其智能景深优化处理技术还可以分析图像区域及物体间距离,自动调节对比度,大幅提高曲面屏幕上画面的纵深感及层次感,让画面表现更逼真立体。(王子涵)

没用过4G的亲,可能会觉得4G太贵;已经在用4G的亲,可能还希望能有更多语音、流量优惠。现在这些阻碍亲使用4G、畅享4G的障碍已经统统成为浮云。

河南联通放大招 让一亿人用上更好的4G

7月12日上午,在郑州市二七广场,河南联通召开了主题为“让一亿人用上更好的4G”的4G欢乐季启动仪式。在启动仪式上,河南联通放出三个大招,降低4G的使用门槛,打消使用4G的种种顾虑,让省内的老百姓真正“用得上4G、用得起4G、用更好的4G”。

招式一:

+1元送300分钟

招式解析:新老用户办理终端合约,可享受+1元赠送300分钟通话的优惠,优惠期限24个月。

“今天所有来买手机的用户,都参加了这个活动”,郑州市城东路联通营业厅工作人员告诉记者,“+1元,赠送300分钟通话的优惠,成为4G欢乐季最受欢迎的活动之一。”

以联通4G全国套餐76元档为例,叠加这一优惠后,用户每月只需+1元,就可使用400MB全国流量、500分钟通话,其中赠送的300分钟是本地发起的全国范围通话。

招式二:

流量打三折半年不清零

招式解析:联通4G新老用户,都可以三折低价订购省内流量半年包,即30元1.5GB流量。

这个月流量用不完,上个月流量不够用……如果流量不清零该多好。联通推出的流量半年包,正是为此而来。

在4G欢乐季活动期间,所有4G套餐都可以三折订购省内流量半年包,30元1.5GB流量,半年不清零。

另外,用户可以重复订购省内流量半年包,每位用户每天最多订购2次,每月最多订购10次。且省内流量半年包与国内流量半年包不互斥,可以同时订购。

招式三: 购机送红包三个月不清零

招式解析:联通4G新老用户,购买指定36款4G手机,可获赠300分钟全国语音和300MB全国流量的红包,使用有效期3个月。

红米Note 4G双卡版、小米4(4G版)、vivo X5ProD、vivo 613F、酷派Y76等36款4G大屏手机,现在购买即可获赠300分钟全国语音和300MB全国流量的红包。

领取红包也很简单哦,登陆联通手机营业厅,点击屏幕右下方“我的联通”,再点击“我的礼包”,输入手机包装盒内的验证码即可领取。红包领用后立即生效,使用有效期3个月(不含领用当月)。

温馨提示:三大招可以同时使用,更多详情咨询各联通营业厅。

周娟

选4G就选沃

www.10010.com



China unicom 中国联通
创新·改变世界