



# 创意书店 渐成商场新标配

本报记者 苏立萌

近期,受开学季影响,郑州各大购物中心人气高涨,坐落于商场之内的书店也表现抢眼,让“书店+商场”模式再次得到业内的肯定与关注。

如今,“书店+商场”的模式风靡全国,在郑州的多家商场中,也有许多书店的身影。它们不仅融合了文化创意产品、文具、饮品等多重品类提升消费体验,还经常通过举办各类活动为商场积聚客流,已成购物中心业态新标配。不过,专家认为,商场在进行业态“加法”的同时,应避免陷入同质化的困局。

而书店选择商场,也是出于互利互惠的考虑。段建强表示,“书店+商场”模式为大家提供了文化交流平台,建立沟通空间,让大家不再局限于单向、扁平化、碎片式微信等网络交流。“目前,我在书店的选址都是在商场内,而且我们根据商场的不同属性来规划店内风格和产品类别,对商场模式进行有益的补充,增加文化属性的配套,书店也从中受益,开业两年来,我们的客层已经涵盖多个年龄阶段,进店工作、阅读、交流的客户也日益增多。”

在河南省商业经济学会副秘书长任佳看来,书店业态能够快速崛起,一方面得益于它在增加顾客精神需求方面更具先天优势;另一方面,赏心悦目的环境和氛围也成为吸引消费者驻留的主要原因,它无疑将成为引领新一代休闲生活空间的消费导向,也势必成为未来商场的标配业态。

## 提醒:业态叠加当心同质化

随着“书店+商场”模式的崛起,又一批书店将在郑州落地,为商场文化氛围加码。记者获悉,9月份,方庭图书馆将在经开区中大门国际购物中心开业;我在书店公园茂店也已在紧锣密鼓地装修中;即将开业的龙湖锦艺城也规划有品牌书店。毋庸置疑,一场创

意书店风潮已经席卷郑州。

在市民于女士看来:“在商场这样的喧闹之所,有一处安静的阅读空间,还是很愿意前来享受的。”不过,由于“书店+商场”模式在我市刚刚起步,很多经营模式尚不成熟。对书店来说,在走向成熟的道路上,还应积极探索更完善的经营模式,避免同质化。

一家书店负责人对此表示赞同,他表示,目前正在积极培育市场,探索新方式。阅读环境、产品种类等,也都区别于传统的图书馆和零售书店,探寻符合商场定位、适合这个时代的阅读空间。

当然,回归商场本身,仅仅做点业态的“加法”,远远跟不上瞬息万变的市场,有专业人士分析,因为一旦一个模式产生,市场会快速反应,迅速复制同类产品。汪洋也认为,打造跨区域商圈,不是随波逐流、一拥而上地增加,还应考虑消费者需求,通过体验业态牢牢粘住。

对此,任佳也提醒,商场热衷书店业态的同时,也要避免简单的业态叠加,陷入同质化的困局。应该瞄准目标客群,进行更加精确的市场定位,并重点在“体验式消费”“多元化服务”等更具特色化和人性化的业态组合配置上下功夫,使其真正能给消费者带来优越、舒适的感觉,来吸引消费者,形成市场核心竞争力。

## 消费相对论 栏目记者 陈茜

### 消费者要的是卫生 不是好公关

现象:近日,一度被视为服务业明星的海底捞,因食品安全卫生问题被推上了舆论的风口浪尖,但舆情的转折让人始料未及。随着海底捞发布致歉信及处理通报,网络口碑飞速从负面反转为正面,还有不少网友与自媒体为其“点赞”。

海底捞的三封公开信成了这次危机公关的三板斧,层层推进,刀刀见效。也正因此,有人称海底捞的这次危机公关是“教科书式”的。消费者“点赞”的是海底捞真诚致歉的态度,这种敢于承认错误的态度的确值得赞赏。但是错了就是错了,一家餐饮企业能做成全国品牌,且服务在消费者中享有盛誉,实属不易。正因如此,企业本应当珍视品牌,严加管理,尤其是不能在食品安全这样的底线问题上放松和放纵。因为消费者要的是食品安全卫生,并不是完美的公关。

笔者认为,要减少甚至杜绝此类食品安全卫生问题,根本还在职能部门加强监管、查处的基础上,建立便于公众监督的公开机制。

危害食品安全的行为,折射出的是服务业对待消费者的态度。现在很多餐饮服务企业,把对待消费者的问题,变成了一个品牌形象包装、舆论公关的问题。但是,如果没有真正把消费者当成一个尊重、善待的对象,出现食品安全问题就是必然的。

服务业都说“消费者是上帝”,尊重消费者的需求。但在看不到的地方,比如后厨,就不那么“明亮”了。如果所谓的改进服务,只是为了打造企业自身形象,经营品牌文化,那这最终只是一种更高明的营销手段。假如真是这样,就是公关界的胜利,而非餐饮界的幸事。

比起贴心的服务,消费者需要的是贴心的食品安全;比起敞亮的后厨,消费者需要的是经得起检验的后厨。现在很多餐饮企业,只有后厨,才能重拾消费者信任。只有在看得见和看不见的地方能始终表里如一,服务业才能得到充足的、健康的发展。消费者要的是什么“教科书式”的公关,需要的是守住合法、卫生的底线。

## 现象:体验式书店受追捧

小桥流水的场景装饰,款式多样的饮品,品类齐全的书籍……西元国际广场纸的时代书店营造出的阅读体验,深受消费者追捧。

“经常会来商场书店看书,优雅安静的环境,还可以点一杯咖啡慢慢品味,舒适惬意。”商场书店的常客小韩告诉记者,这类引入体验式场景的复合型书店比“大卖场”模式的传统书店更有吸引力。记者走访发现,开学季期间,商场书店迎来不少学生客群,店内舒适的阅读氛围是大家选择商场书店的主要原因。“随着人们生活品质变化、审美变化,对书店的要求也越来越不一样。读者来书店,不仅仅是买书,而是享受文化氛围。”纸的时代书店销售人员表示,最近店内营业额有所增长。

近年来,传统书店在互联网的冲击之下,纷纷寻求转型,探索出路。在此背景下,多元化经营、注重消费者体验的复合型书店应运而生,国贸360广场的阅开中心书店、万象城的西西弗书店、璞丽中心的我在书店、锦艺城的尚书房书店等创意书店也相继在郑州落地,这些书店在装潢上各具腔调,并通过融入咖啡、读书沙龙、文创产品、餐饮、绘本空间等一系列的产品,让多个客层为之驻足。

“不仅传统书店在变革,书店的经营方式也在发生转变,不少知名品牌连锁书店看重商场客流量带来的利好,开始入驻购物中心。”我在书店联合创始人段建强说,开在商场里的书店不再是单纯的书店,而是一个文化体验空间。从文化创意产品的销售到餐饮产品的加入,再到举办各类沙龙、讲座,书店的功能更加丰富,也更加有趣,为书店积聚了忠实顾客的同时,也能给商场带来更多的潜在客户。

## 市场:“书店+商场”模式渐流行

目前,创意书店已成为继电影院、滑冰场、儿童乐园之后的购物中心新标配,是聚集人气的又一大法宝。有业内人士认为,这是购物中心业态逐渐由商品集合向体验类生活方式转变的重要标志。

“现在很多商场都在尝试引进创意书店,增加文化氛围,给顾客一个更好的休闲场所。也正因如此,我们引进了新华书店的尚书房,增强客户的体验度,营造氛围。”锦艺城购物中心副总经理汪洋说,商场引进书店,其实是业态的互补,提升了消费黏合度。虽然书店在销售方面存在弱势,但这种文化体验业态也会给商场带来更全面的补充。

## 金融·理财

资产规模扩增至4175.35亿元、净利润达23.25亿元、10家分行获准开业……近日,郑州银行发布上半年成绩单,业绩亮眼。数据之后,是郑州银行更高视野下的稳步快跑。



## 光大银行产融一体迈出新步伐

本报讯(记者 张慧)近日,由中国光大银行郑州分行、光大永明人寿河南分公司和中国光大实业集团旗下控股子公司——光大欧安乐龄医养服务公司三方共同主办的“金生富贵 养老无忧”中国光大“银行·保险·养老”产融一体新闻发布会在郑州举行,此举标志着光大系驻豫机构携手共推“银行·保险·养老”产融一体迈出新步伐。光大银行郑州分行副行长王大锋表示,中国光大集团驻豫三家企业将联合为河南百姓呈现集银行、保险以及养老为一体的综合服务体系,让更多的人能在金融投资的同时,关注保险和专业化的养老社区为大家带来的未来幸福美好的养老生活,在

河南市场共同打造“银行·保险·养老”产融一体的“新样板”。

据了解,为顺应养老趋势,抓住市场机遇,此次光大银行郑州分行联合开展“银行·保险·养老”产融一体的创新模式,子女享受光大集团多元化金融服务的同时,通过保险与养老结合,子女在自己年轻时完善资产配置,还能关爱父母,让自己的父母颐养天年,自己也能老有所养。

据悉,光大银行郑州分行、光大永明人寿河南分公司和光大欧安乐龄医养服务公司未来还将在“养老+金融”方面进行一系列合作,为亿万河南民众提供更优质、更全面的金融和养老服务。

# 创新求变 郑州银行上半年业绩亮眼

本报记者 苏立萌

## 成绩显著 差异发展有成效

金融豫军发展至今,从起步到快速起跳,在一系列国家级政策的叠加利好中,迎来了更广阔的前行空间。数据显示,截至6月末,郑州银行资产规模扩增至4175.35亿元,存款余额2454.01亿元,贷款余额1219.53亿元。上半年实现净利润23.25亿元,同比增长9.10%。代理及托管业务手续费收入5.69亿元,同比增加2.01亿

元,增幅54.62%。证券承销及咨询业务手续费收入也增速迅猛。收入结构持续改善,业务转型取得实效。

今年上半年,郑州银行存款增长额再创历史新高。郑州银行存款余额为2454.01亿元,较年初增长290.11亿元,增幅达13.41%。个人贷款总额为288.84亿元,较年初增加了40.69亿元,增幅16.40%,个人存款总量、增量、市场份额均列区域同

行前列。

另外,截至报告期内,郑州银行已有10家分行获准开业,截至6月30日,其在河南全省范围内共开设了137家支行。

数据背后,是郑州银行把准舵向、以创新为抓手多点突破的缩影。与大体格商业银行不同,作为城商行,郑州银行更多聚焦于服务小微企业和个人,选择差异化发展道路,这也是城商行再加速的必备要素。

## 多点发力 深挖金融业务

作为主定位之一,郑州银行“市民金融”方面也动作频频,深挖传统信贷类业务“蓝海”。今年上半年,郑州银行陆续上线普通存折购买理财销售系统,拓展港区手机产业园等一批金融IC卡项目运用;同时,推出“周周盈”“季季盈”等新型理财产品。据悉,郑州银行已累计发行理财产品214只,较

上年同期增长39.87%;累计募集资金426.1亿元,平均每月发行产品36只,平均每月募集资金人71亿元。

此外,小微金融效应渐显。其中,郑州银行重点开展房抵贷、优先贷产品,旅游贷和车位贷陆续落地。在管理上,除了搭建小微业务专属资产管理平台,实行前中后台一体化作业之外,还将授信审批与放款审查环节合并,推行标准化、自动化、差异化审批。

数据显示,截至6月末,郑州银行投资债券、信托计划项下投资产品、证券公司管理的投资产品以及其他证券类金融资产总额实现1838.25亿元,较上年末增加6.81亿元,增幅0.37%。其中,债券投资总额为706.52亿元,同比增加18.66%。无疑,投行业务已是郑州银行拓宽业务面的重要发力点。

## 产品创新 加速线上金融

随着内外金融势力的陆续进驻,科技创新也成为银行加速跑的重要“催化剂”。近年来,郑州银行“求变”之举不断,更多创新基因被注入。

一方面,业务、产品转型进一步加速。其中,手机银行、网上银行、电话银行、微信银行等平台提速明显。数据显示,截至6月30

日,该行网上支付新增客户145.3万户,同比大增1589.53%;交易778.67万笔,同比增幅为265.74%;交易金额达到34.99亿元,同比增幅210.75%;网上支付累计开户435.41万户,累计交易1850.13万笔,交易金额达78.65亿元,落地效果明显。

此外,作为郑州银行2017年重大创新项目的一项,金融科技实验室正式落地成立,为郑州银行的

## 兴业银行金融服务获好评

本报讯(记者 张慧)日前,兴业银行凭借开放创新的平台设计理念、丰富的产品线、良好的用户体验和严密的安全防控系统,在2017中国银行业发展论坛暨第五届银行综合评选颁奖典礼上荣获“最受欢迎电子银行”奖。

近年来,兴业银行坚持“以客户为中心”的服务理念,以金融科技为引领,客户需求为导向,创新机制为保障,全面建成集网上银行、手机银行、直销银行、微信银行、短信银行于一体的一站式网络金融营销服务平台,致力于为广大客户提供便利、快捷、贴心、全面、安全的电子化金融服务。

前可为客户提供300多种移动金融服务,涵盖金融资讯类、转账支付类、投资理财类、生活服务类等,基本覆盖所有非现金业务,并在业内开创了多项业务先河,如提供手机银行黄金和白银交易,支持客户一键转账、一键缴费与一键还款,提供封闭式理财产品转让服务等。

“我行将秉承电子银行渠道的开放平台建设模式,广泛深入开展金融移动互联、大数据、人工智能探索与实践,将数字化、信息化、网络化新技术更加深入应用于客户服务,进一步加强产品创新,挖掘应用场景,为客户提供更具个性化的服务和更好的服务体验。”兴业银行负责人表示。

## “郑银杯”职工全健排舞大赛开赛

本报讯(记者 王震)日前,由郑州市总工会主办、郑州银行协办的“郑银杯”职工全健排舞大赛在绿城广场拉开帷幕,旨在弘扬“健康生活、快乐工作”文化理念,积极推动全民健身运动开展。活动期间,由各县(市)区工会、各产业工会、市总直属基层工会组成的40支代表队现场展开预赛角逐,9月12日将进行决赛比拼。

据悉,2015年,郑州银行与河南省总工会、郑州市工会合作推出工会会员卡,该卡具有身份标识、工会服务、商家特惠、金融服务、绿城通等多项功能;自发行以来,受到了广大工会会员的好评。目前,该卡已发行116万张。对于工会会员卡,郑州市总工会和郑州银行均给予高度重视,并投入大量资源,不断提高工会会员的持卡体验。本次“郑银杯”全健排舞大赛,也将进一步引导市民加深对工会会员卡的了解,提升工会会员卡的客户体验。



## 超级足彩季 足彩将推3.12亿大派奖活动

记者获悉,在新赛季欧洲五大联赛、欧洲冠军联赛相继登场之际,中国足球彩票将推出“超级足彩季3.12亿大派奖”活动。9月11日至12月17日,中国足球彩票胜负游戏和中国足球彩票胜负游戏附加玩法任选9场游戏将开展为期3个多月的派奖活动,累计派送金额将高达3.12亿元。届时,广大彩民有机会以2元中出千万元大奖。

活动期间,国家体彩中心将每周指定1至2期足彩14场胜负游戏和1至2期任选9场胜负游戏实施派奖。足彩14场胜负游戏共派送26期,每期派送600万元,由一等奖中奖投注均分,资金总额1.56亿元;任选9场胜负游戏共派送26期,每期派送600万元,由中等奖投注均分,资金总额1.56亿元。14场胜负游戏单注正常奖金封顶值为500万元,单注派奖奖金封顶值500万元,累计最高可达1000万元;任选9场胜负游戏单注正常奖金封顶值为500万元,单注派奖奖金封顶值500万元,累计最高也可达到1000万元。

此次活动将持续开展3个多月,据悉,中国足球彩票自从2001年上市以来,已经陪伴广大球迷和彩民度过了16年的时光。截至2017年6月30日,足彩累计销量已经超过970亿元,为国家筹集公益金200多亿元。