

有空你也来逛逛

本报“郑州欢乐购物节”火热进行中

□晚报记者 祁京 李冰冰/文
吴琳/图

由本报和紫荆山百货联合推出的“郑州欢乐购物节”正在火热的进行当中。喜庆热闹的新春乐曲、琳琅满目的促销商品、披红挂彩的“年货一条街”。商家尽力吆喝，消费者忙于“赶集”，为现场活动的欢乐气氛添了一把火。

记者在位于紫荆山百货北广场的欢乐购物节现场看到，近百米长的“年货大街”像长龙一样摆在广场最醒目处，前不久还是圣诞树、毛绒玩偶天下的摊铺已经被各种包装精美的烟酒礼品、海鲜类干货、花生瓜子和各色干果、年糕所取代。拥挤的人潮迫使好多消费者只能放弃推车改用挎篮，一手提着篮子，一手挑选着商品。南北炒货、糖糕果品、红酒白酒，面对从各地调运过来的名特产，直让人累细了腿、挑花了眼。

消费者白女士刚刚选购了一桶橄榄油，比起五六



十元一桶的普通食用油(5升),39.3元/750毫升的油茶籽油和83.5元/750毫升的橄榄油显然贵了很多。“现代人就不图绿色健康吗,都说这种油的营养价值高,趁过年备年货也就多买点回去。再说,晚报组织的购物节,我们买的也放心。”白女士这样说。而各种富含营养的干果和进口水果也

成为消费群体眼中的“新宠”。张小姐平时就是干果的坚决“拥护者”,“现在物质水平都在提高,在吃上怎么也不能马虎啊。”张小姐一边在年货一条街挑选着东西,一边说。她表示,对于年轻人来说,由于工作紧张,没有时间去超市挑选年货,“晚报把这么多年货都放在广场上销售,让我们又

放心又省心。”

紫荆山百货王海军介绍说,这是他们第一次尝试和媒体联合推行活动。“没想到效果这么好,来买年货的人络绎不绝。”他表示,今后将继续和晚报合作,推出更多为消费者所欢迎的活动。目前活动的促销处于预热阶段,销售高潮将在10天后形成。

本周商家开始出清

本周末,商场的折扣战愈演愈烈,由于快到春节,不少商家开始进行年前的出清活动,在丹尼斯的夜场,消费者可以享受到五折的优惠,

丹尼斯夜场折上折

活动时间:2日~4日

活动地点:丹尼斯1馆

活动内容:

浦发银行牵手丹尼斯举办迎春夜场,百货流行服饰五折起,部分持VIP卡可再享九折或九点五折,活动营业时间:9:30-23:00(视情况延长到24点)

另外,活动期间,当日在丹尼斯百货人民店1号馆全馆累计购物满980元以上(小家电及特例商品满3920元以上),即可凭

发票以及小白票至赠奖处兑换相应档级赠品,多买多送,三档级赠品二选一。

郑百女鞋低至四折

活动时间:今日开始

活动内容:男装:花花公子、金利来、梦特娇、骆驼、豪行、哈驰、啄木鸟、木林森低至六折。女鞋:贝丝丽尔、都市星期天、梦天使、特丽雅、声雨竹……低至四折(冬靴)。

珠宝:老凤祥镶嵌满200元送60元,黄金每克优惠10元;金伯利、金九福推出特惠钻戒,吊坠送相应礼品。

女装:名莎二至五折,嘉彩五折,爱奴娇四至七折,恒源祥六折,莱珂五至七折;男装:迪赛、迪柯尼、堡马、培蒙、洲艳、波斯、鲨鱼、花花公子、啄木鸟、琴曼、查理王、龙达飞、金丝狐六折,苹果、杉杉、金盾、洛兹、爱登堡、九牧王七折。

晚报记者 雷群芳

兰蔻入驻正道花园

1月26日,兰蔻入驻正道花园商厦,这是兰蔻在郑州设的第二个专柜。

最早以香水起家的LANCOME,发展至今,已成为引导潮流的全方位化妆品品牌,据兰蔻华北区销售经理周宁介绍,LANCOME在全球各地开设店铺的条件亦是相当苛刻,她的选址和开店有着严格的指标和要求。2006年,LANCOME经过实地考察和评估,最终把合作的目光投向了正道花园商厦。

正道花园商厦作为郑州的一所高档精品百货公司,拥有众多享誉世界的一线品牌。通过多年来的认真经营和悉心打造,该商厦已拥有了忠诚度极高



的成熟目标消费客层,她们不仅追求奢华与时尚,更是这座城市中最苛求生活质量的“塔尖”人群,正是为了满足她们对世界一线品牌的渴望,才不断促使正道花园每年都要调整引进一些高品质品牌来满足她们的购物嗜好。LANCOME的引进也正是基于此。

雷群芳 陈静

新玛特半年销售5个亿

——大商接手金博大商场经营稳定

2006年4月20日,大商集团以4.21亿的“天价”拿下了金博大商场的经营权,取而代之的大商集团郑州新玛特购物广场于6月1日揭开了神秘的面纱。随后,郑州新玛特在半年的时间里创造了5个亿的销售业绩,与去年同期相比提升了10%。人们在感慨大商集团大实力大气魄的同时,也忍不住思考一个问题:大商新玛特究竟给郑州商业带来什么?

活动也更实惠更诱人了。

商品营销更精彩

如果说营销形式的变化让郑州新玛特更美丽了,那么商品营销的全面推行让郑州新玛特更具内涵和魅力。新玛特每次大型促销活动中,许多品牌专柜都被前来选购的人们围得水泄不通。现场为何总是如此火爆?新玛特一位负责人道出了其中的原因:“顾客都是冲着物美价廉的商品来的!每次营销活动中的商品都是新玛特的工作人员和供应商一起精挑细选出来的,因此商品的款式、质量、特惠商品的备货量都是有保证的。”

营销形式多样化

郑州新玛特自开业以来积极探索创新原有营销模式,在沿袭了原金博大营销优势的基础上,又灵活地将大商集团的优良营销传统为其所用。从形式营销到货品营销的转变,从盲目的追求全客层到稳定特有客流、重视会员消费,从少数领导抓工作到全员抓销售、比服务,郑州新玛特在转变营销模式的同时,力求营销形式多样化,大规模的购物赠礼品活动、明星品牌、均一价、重磅品牌、会员特惠日、联盟营销等一系列新名词也正在走近郑州消费者。从“开业酬宾”到“会员盛大招募”,从“夏出清”到“魅力新动双节庆”,还有刚刚结束的“全国同庆”系列营销活动,消费者都可以明显感受到郑州新玛特商场的购物气氛更浓了,营销

会员尊崇贯穿始终

原金博大的会员并没有实质性的优惠待遇,会员的消费占比最低时不足10%。郑州新玛特开业以来,在重推大商集团会员制的同时结合河南本土特点,通过全新的会员体系维护特定消费群体,积极培养固定客层的忠诚度。开业不足一个月新玛特就推出“会员特招会”,为会员提供超级优惠的货品和无比贴心的服务,随后的所有的营销活动中都会有对会员的“特别企划”。从会员预购到积分抵值,从会员办卡礼到会员来店礼,尤其是针对会员的高倍积分制度,更是让会员顾客惊喜不断。

冯刘克 陈静



炫酷音乐谁做主?

——索爱 W550c 市场再掀“橙色风暴”

W550c 作为 WALKMAN 家族中的成员,拥有 256MB 超大内存,可播放 MP3、M4A 和 MIDI 三种格式的音乐文件,超长 MP3 连续播放时间,内置 130 万像素摄像头,4 倍数码变焦,更有“视频 DJ、照

片 DJ 和音乐主持人”等 DIY 功能,旋转机身融合了换壳、吊环等流行元素,让消费者个性尽显。

身披“年度最佳音乐手机”的光环,W550c 在“音乐”方面的实力确实不容小

觑。更有很多论坛留言爱称他为“偶像实力派”。无论钟情嘻哈、喜爱摇滚、或者热衷于蓝调,W550c 都用他卓越的音质表现,让消费者享受在其中。

张亚楠

九头崖纯水新生产线投产

经过 1 个多月的安装调试,1 月 28 日,九头崖纯水第 3 条生产线正式投产。据介绍,这条新生产线每天生产纯水的生产能力为 22000 包(每瓶容量 600 毫升,每包为 20 瓶),加上原有的两条生产线,基本能

够满足目前的市场需求。

九头崖从每年的 3 月份就开始增加库存,进行备货,但是因为原有生产线生产能力有限,从每年的 5 月份就开始脱销断水,不能满足旺季市场的需求。九头崖正是针对这

种旺季脱销的局面引进的这条新生产线。九头崖负责人介绍说,今年年底或者 2008 年,九头崖将会引进第四条生产线,生产场地将建在水源优质的伏牛山东麓。

冯刘克