



主持人 冯刘克/文 晚报记者 赵楠/图

随着大商新玛特郑州总店、丹尼斯百货花园路店等百货店在花园路商圈的开业,这一商圈日益显示出勃勃生机,尤其是近一年来,花园路商圈的影响力得到了迅速扩大,在郑州的商圈中越来越展现出自己独特的魅力,并显示着后劲十足的成长力量。本期《侃侃三人行》栏目邀请到丹尼斯花园路店负责人与行业专家、消费者代表共同就“花园路商圈的成长力量”这一话题进行探讨,以期碰撞观点,促进商圈的提速发展。

花园路商圈:汇聚成长的力量



嘉宾
丹尼斯百货花园路店店长
刘永松



嘉宾
北京大学经济研究所客座教授
贾福春



嘉宾
郑州新天华旗数字传媒有限公司经理
杨诺

主持人:请谈谈你对花园路商圈的认识?

刘永松:其实花园路商圈尤其是花园路北段在近年来才显示出商机。丹尼斯早在15年前买下这块地,那个时候这个地方还十分荒凉,根本谈不上商业氛围。随着城市的东扩北移,郑州北区的居民得到了迅速扩充,高档社区在这里汇集,有了居民就有了消费的需求。1999年,丹尼斯在这个地方试探性地开了一家量贩店,这家量贩店成为当时郑州客单价最高的一家丹尼斯超市,这证明了该区域有着很大的消费潜力。正是看到了商机的存在,丹尼斯3年前拆除了量贩店,在这里规划了在郑州的第二家高端百货店,就是丹尼斯百货花园路店。这家店开业之后,取得的销售业绩与当初的评估没有太大的差异,充分证实了花园路商圈的巨大消费潜力。

贾福春:花园路商圈是郑州一个极具发展潜力的商圈,当初丹尼斯买下花园路附近的这块地是有一定预见性的。从人文的角度来看,郑州的东北部是城市消费力最旺的一个地方。这个地方是全省的政治要地,许多政府机构聚集在附近,是重要的政务居住地;同时也是全省的金融要地,旁边的经三路汇聚着众多的银行、证券、保险等金融单位;另外也是商务要地,周边林立的写字楼汇集着很多知名的企业和办事机构,是商务活动的重要地点。花园路商圈就位于这些政务、金融、商务居住区交错的地方,消费潜力巨大,消费能力偏向高端,这也注定了这一商圈的定位应当与高端消费和品位生活相适应。从发展的角度来看,郑州的发展格局是居住向东北,工业向南,东区和北区的人口密度

以后还将加大。在1999年,这个地方的丹尼斯量贩生意就十分火爆,而当时的人口密度和消费层次跟今天是无法相比的,由此也可以想见花园路商圈未来的消费容量和消费档次。

杨诺:在我看来,花园路商圈是一个新兴的商圈,它的兴起与北区的居民增加有着密不可分的关系。现在的花园路商圈有着向北扩展的趋势,随着大商新玛特郑州总店和丹尼斯百货花园路店的开业,花园路商圈已经延展到花园路与农业路交叉口的地方,这一商圈是否继续北扩还未可知。作为一个省会城市,郑州还吸引着周边地市的消费人群。花园路正是我省北部地市消费人群进入郑州的主要道路,这一人群的消费力也将成为花园路商圈的一个重要功能。

主持人:花园路商圈近期的成长和变化体现在哪些地方?

贾福春:花园路商圈近期的变化主要体现在百货店的规模和档次上。随着近一年来新的百货店进入,这一商圈的百货店不但在数量上有了增长,在经营面积上也有了很大的提升。为了体现现代百货的特征,新的百货店一般都拥有更大的经营面积,动辄就是数万平方米,这无疑提升了花园路商圈的百货业规模。新的百货店进入之后,良好的硬件设施和购物环境吸引了更多的国际品牌进驻,这在一定程度上也提升了该商圈的消费档次。百货店的规模和档次提升之后,更多的消费者愿意选择到花园路商圈消费,这对增强花园路商圈的消费吸引力和消费凝聚力

有着十分积极的意义。消费吸引力的提升吸引更多国际品牌进入,而更多国际品牌的进入又形成了新的消费吸引力,这就促使商圈发展进入一种良性循环。

刘永松:经过近一段时间的发展,花园路商圈的影响力有很大提升。这得益于新商业力量的进入和推动。拿丹尼斯百货花园路店做例子,这家店开业之后,以16层的高度创造了郑州乃至全国百货业的新高度,成为商贸城的一大亮点。作为一个现代百货店,丹尼斯百货花园路店涵盖了多种经营品类,包括国际超市、精品百货、流行百货、餐饮、休闲会所等,能够更好地满足消费者的需求。依托这些优势,花园路商

圈正在形成郑州高端消费的聚集地。如今,这一商圈的人流量和顾客忠诚度也在提升。总之,商圈的发展速度比想象的要快得多。

杨诺:我们可以感受到的是花园路和农业路交叉口的交通正在变得日益拥堵,这从侧面也反映出一个问题,就是这个地方的人流量在增多。虽然不能直接从人流量中测算出客流量的多少,但总归对花园路商圈中的百货业是一个利好消息。这种改变不仅反映在人流量上,还反映在城市形象上。作为一个城市的主干道,周边时尚百货店的增多也在提升着城市的形象,尤其是节日期间,张灯结彩的百货商场让市民充分感受到了节日的氛围。

主持人:对于花园路商圈的发展前景,你有什么样的看法?

刘永松:从现在的情况来看,经过两三年的发展,花园路商圈势必成为郑州北区新的核心商圈。在这个商圈中,一些新的百货店一改传统百货店的形式,引进了新的经营模式,在百货店中加入休闲、娱乐、餐饮等新鲜的元素,在满足消费者购物需求的同时,更加注重消费者的体验,一站式满足消费者的多种消费需求。这些内容都

体现出现代百货业的特征,将引领未来时尚购物的潮流,花园路商圈也将成为时尚消费的风向之地。

贾福春:花园路商圈是郑州商业未来的新地标。在这个汇聚巨大潜在消费力的区域,商业的发展水平将代表着郑州的商业发展水平。无论是购物环境、服务质量,还是国际知名品牌汇集程度,花园路商圈都将走在郑州商

业的前列。

杨诺:除了购物,到这里还能吃饭、休闲、娱乐,这在传统的百货商场里显然是无法享受到的,所以不能把花园路商圈简单地看做是商圈内消费者的消费场所,它吸引消费者还包括了其他区域和周边地市的居民。以后,花园路商圈的消费辐射力将逐步增强,成为全省高端消费者的消费选择。

正道花园 年中庆激情六月回馈季

6月12日,正道花园百货的年中庆活动正式拉开序幕。2009年是正道花园百货10周年,也是正道商业发展过程中不同寻常的一年。作为10周年店庆序曲的年中庆,活动力度空前。此次活动设置10重好礼,分别为夜场极限折扣礼、新贵酒会答谢礼、名品化妆缤纷礼、应季商品震撼礼、每日一柜特惠礼、年中回馈满额礼、庆典会员专属礼、会员招募剪角礼、超市惊喜会员价、水清意浓送的哥。其中6月12日、19日夜场会员持卡购物3倍积分,并有夜场激情幸运抽,楼层各品牌夜场年中庆的特别折扣。在两个夜场中分别联合郑州威佳和中信银行进行专场活动。全场强力折扣、激情抽奖、多倍积分、六级满额赠礼、会员专属礼,涌动的人流、热闹温馨的节日购物氛围,为消费者提供更丰富的购物环节,充分享受购物乐趣。

年中庆意味着上半年的一个总结,而进入七八月,又将迎来长达两个月的销售淡季,所以大家都很看重年中的回馈活动,而许多商场也借用年中庆调整销售策略,冲刺下半年销售高峰。进入市场走势微妙的2009年,正道花园年中庆的首轮业绩让商家欣慰起来——在激情的6月份,谁说消费者没有购买力。

19日晚8时许,正道花园百货一楼中厅端坐着两位古典美女,古筝声起,不少经过的顾客驻足欣赏。手中拎着3个购物袋的张女士是中信银行的客户,在本次专场活动中直接申请了正道花园百货的VIP金卡,同时获得活动的积分奖励。收获颇丰的她丝毫不隐藏对能申请成功正道花园VIP金卡的兴奋程度,“以前听朋友说正道花园的服务和购物环境都是一流的,对于VIP会员的服务也特别到位。今天拿到了会员卡,我也可以享受正道花园的会员服务了。”

正道花园百货作为郑州商业中的佼佼者,一直坚守做精品百货的宗旨,为消费者提供全方位、深度的服务。在活动中有针对性地选择郑州有实力的银行、其他种类行业作为合作伙伴,搭建平台,资源共享,共同为消费者打造内容丰富、优惠超值的专场促销活动。此次年中庆活动中的“异业联盟”,无疑是赢得了消费者的心。

而正道花园百货在6月4日~6月21日推出的“水清意浓送的哥”,意在向郑州城市交通奉献者深情答谢,在正道花园10周年之际,经历了精品百货创业的艰辛,正道花园百货更有一份社会责任感,在激烈的商业竞争中,始终保持自身的文化底蕴,始终坚守自己的企业定位,用强大的实力和独有的服务理念,引领消费时尚,为正道花园的朋友们缔造一种高尚的、品位的生活方式。

中原商贸城启动年中庆

中原商贸城将于明天启动年中庆活动,此次年中庆活动将一直持续到7月5日。在今年的年中庆活动中,中原商贸城将对会员顾客的回馈力度,着力扩大会员顾客的队伍,提升会员顾客的忠诚度。

据介绍,中原商贸城的年中庆活动在营销方面将有很多创新之处。其中“帮您省钱”的小册子最具特色。这种“帮您省钱”的小册子是将商场的各种优惠活动集中在一起,印成手撕票的形式。消费者需要购买哪个品牌的商品,在小册子上找到对应的手撕票,凭手撕票就可享受优惠价格。

除了这种“帮您省钱”的小册子,中原商贸城还推出了手机信息互动的活动。消费者只需将“中原商贸城”几个字发送到12114,就可凭回复短信到商场领取免费小礼品。

中原商贸城自从去年推出会员制之后,会员顾客迅速增加。中原商贸城将在此次年中庆活动中加大对会员顾客的回馈力度,除针对会员顾客的满额赠礼之外,还将首次推出会员积分换购物券的环节,5000积分可以兑换50元购物券。

在服务方面,中原商贸城也进行了升级,新开发了地下停车场和立体车库,车位达到400个,购物满300元的消费者即可获赠免费停车卡,为更好地满足消费者的需求提供了有利条件。晚报记者 冯刘克