



创富
早夜市
(4)

夜市不能办成“大杂院”

健康路等几个成熟的夜市都是管理规范、各有特色

借夜市创富,是很多人谋求生计的一条途径,政府也想借夜市创造更多商机,面对目前杂乱无章、高额收费与管理不规范的市场,郑州市正在金水、中原等五区各选定两条道路开始规范的夜市试点,10月,这种现状有望改观。但这些试点将采用哪种管理、运作模式?几天来,记者走访郑州夜市发现,郑州已有一些特色夜市在相对规范地运作着。我们选择其中几家呈现他们的运作经验,希望能给政府相关部门决策提供一些借鉴。

晚报记者 程国平 徐刚领 实习生 薛意茹 徐琳媛/文
晚报记者 张翼飞/图



健康路服装夜市

新玛特总店 异业联盟再发威力

合作三方“旺丁旺财”

“今天的车特别多,奥迪、宝马,一辆接一辆。”8月14日下午刚过17:00时,在新玛特总店地下停车场,保安边指挥车辆进入边说。当天,新玛特总店针对奥迪车主、招商银行高端客户进行了联盟营销及闭店专场,营业时间一直持续到了当天零时。

这次联盟营销是由《东方今报》主办的,由其牵线,新玛特总店、一汽奥迪、招商银行三方实现了资源共享。在当天的活动中,三方也为消费者准备了高积分、满额返现金券、购物送钻石卡送积分送旅游券、试驾有礼等道道“大餐”,从当天下午17:00,还有专为奥迪车主、招商银行高端客户准备的闭店专场回馈。

笔者看到,当天在新玛特总店广场,招商银行的工作人员忙得不亦乐乎,很多人现场排队办理招商银行卡,以享受新玛特总店的购物优惠。在新玛特总店内的中厅展示区,华贵的奥迪车也被进店消费者围了起来。据观察,在5分钟内,进店人数接近百人,各楼层人气也是急剧上升,很多人都是全家总出动一起到新玛特总店。一位和爱人、父母一起来的女士说:“新玛特总店这次的活动机会非常难得,而且一直营业到零时,平日里工作忙,很少逛,明天是周末不用上班,今天就可以把想要的东西全都买了。”

据了解,新玛特总店的定位是“集多种业态经营于一身、面向高端客户的流行百货”,而其营销策略从创立伊始便以创新、大气著称,文化营销、精准营销、公益营销以及前段时间的时段营销等,该店每一次营销都站立在郑州商界的潮头,并引起诸多商家效仿。此次联盟营销依然延续了该店一贯的创新作风,也为产品、渠道、终端、推广、营销都显得同质化的郑州商界带来了营销新思路。

从效果上来看,由于三方定位高度契合,使得这次联盟营销有很强的针对性、目的地,在淡季实现了销售突围,联盟各方也实现了互惠共赢,再次巩固了新玛特总店“中原百货第一店”的品牌形象。“我们对这次活动的效果非常满意,由于到场人太多,我们的宣传册子都被抢光了。”招商银行方面表示,一汽奥迪方面对活动效果同样表示认可。

新玛特总店副总经理李敬说:“由于合作方都是主流强势行业,所以当天到店人群收入和消费能力也都很高,我们已经达到了1+1>2的营销效果。这次营销为三方都带来了人气和销售,不仅旺了丁,还旺了财。事实上,这只是我们秋季营销战役的第一枪,之后,我们还会有更大的营销动作,以引起消费者的持续关注。”

梁冰

健康路夜市

整齐划一“不夜区”

马建设,原三棉下岗职工,2003年应聘到健康路商贸不夜区成为一名办公室管理人员。作为一个没有周末和节假日的夜市管理者,在他的讲述中,我们可以感知到这个不夜区管理上的一些心得。

健康路夜市规定,商户晚7时进场,在距离进口30米处等待,进场时按单行道“一”字排开,路上不能停,一直走到自家的摊位前,这样子整齐也不影响交通。“夜市基本到晚上11时30分熄灯,但是并不赶走商户,早市5时30分开始,7时30分收摊,因为之后的时间是上班高峰期。”老马说,健康路的管理很规范化,是日积月累不断改进形成的。

不夜区办公室有12名管理人员,每个人都有自己的负责区域,“健康路从优胜南路到黄河路分为四大块,食品、服装、百货和鞋区,三四百家摊位,工作人员按路口划分,每个人平均照看三四十个摊位。”老马说,办公室的工作人员穿的都是粉红色上衣,每晚6时30分必须到岗,晚上11时下班,早上5时30分跟着早市商户出摊,还有保洁人员,专门负责打扫卫生。

老马和其他管理人员每天的工作是:维护进场秩序,一一检查商户证件、是否统一着装、摊位的摆放是否整齐等。“商户必须穿统一的红色上衣,商品摆放统一高度、不能乱扯乱挂,三轮车必须放在摊位后面,不得影响交通。”老马说,有一样做不到,商户就得受批评。而对于管理人员,健康路管理委员也有一条严格规定:不得吃、拿商户的东西,“连买商户的货品都不允许,违反这些规定将被批评,严重的还会被开除。”

对于夜市中几家小吃摊位,管理处要求很严格,商户必须健康证和卫生许可证“两证齐全”。老马说,吃的东西一定要干净卫生,小吃的盛器要求用一次性的,有食品袋的最好。

这些年来,健康路夜市在郑州声名日隆,然而每个摊位每个月交纳的费用并不高,为390元钱。而且,这些摊位不得私自出租或转让。“夜市是一个为民谋利的场所,收费高了失去了它的意义。”在老马看来,来夜市谋生的商户都是小本买卖,他们在为周边居民带来方便的同时,自己也找到了养家糊口的饭碗。

清真夜市

民族特色小吃不重样

13日晚,在中原西路和秦岭路交叉口的一家夜市各自红火,其中有一家很是吸引人:伊斯兰美食城。8时许,这家夜市门口停车位已经占满,大批食客聚集在夜市门口,从外面可以看到整齐统一的绿色牌子。夜市大院里是摆放整齐的木质桌子,地下的灰色板砖很干净,院子里还有个舞台,有艺人正在表演节目,很是热闹。

“郑州夜市很多,但纯粹民族特色的夜市几乎没有。”30多岁的高双成,一个正宗的回民,是这家美食城的老板,他有20年饮食行业从业经历,到过全国很多拥有民族特色美食的地方,“新疆、甘肃、山东,这些地方少数民族很多,小吃也多,并且都有专门的民族特色夜市,生意很好。”开了多年小饭店的高双成开始和这些民族特色夜市的老板交流、学习,考察一年后,决定在郑州开个有民族特色的美食城。

事实上,美食城刚开业没多久,但生意很好。院里的商户经营的是清一色民族食品:羊肉串、羊排、手工面、水饺。

“这些商户都是回民,他们入驻时都要交

身份证复印件备案。”高双成说,如果经营肉类食品,还必须将供应肉食的厂家电话留下来,“主要是为了让顾客吃着放心。”

“来我这里的门槛非常高,必须是特色民族小吃,所以现在只有11家商户。”高双成说,他花费一年心血,投资一二十万元开办这家夜市,打的就是民族特色牌,目的是办纯正的民族特色夜市。“而且,这里家家小吃不重样,希望来的顾客能够把民族特色食品一晚上尝个遍。”

相比较开封、西安,郑州的夜市并没有特别出名的,高双成的奋斗目标是打造一个品牌夜市。为了这个目标,高双成的计划是下半年再引进几十种民族特色小吃,针对冬天露天夜市的缺陷,高双成计划建民族特色建筑,里面铺上东北的炕,“让顾客在里面吃涮羊肉,够味吧?”

前几天,高双成从报纸上得知10月郑州市政府要规划夜市,他很兴奋,希望政府能重视少数民族的特色,“如果郑州有纯民族特色的夜市,汇集的全是民族特色小吃,相信满街或满院子的美食是很有感召力的。”

啤酒花园

啤酒厂家“包场”夜市

其实,啤酒花园的夜市模式郑州早在2005年开始就被“瞄”上了。倡导者是本土啤酒品牌奥克。“我们前往哈尔滨、青岛等啤酒夜市比较成熟的城市考察,回来后上报城市规划局、旅游局等相关部门审批,但因为种种原因项目没有批下来。于是我们就开始一点点做,一点点突破。前两年还处于摸索阶段,今年是发展得比较好的一年,11家花园啤酒夜市的良好运营让我们看到了希望。”奥克啤酒有关人士介绍说。

啤酒厂家“包场”夜市的形式,表明啤酒厂家对夜市市场的重视。除了奥克啤酒厂家和场地的拥有者以“共同投资、共同管理”的方式建立的啤酒花园的新型夜市模式外,品牌特销形式的常规模式也同样大获全胜,比如青岛和金星。

“对于夜市市场,金星啤酒一直非常看重。早在5年前,金星就开始了夜市特销,目前已经有六七十家夜市特销场所。”金星啤酒有关人士表示。

“郑州金星市内公司今年加大夜市投入力度,一方面包括厂家业务员、促销员和供货商在内的人员投入。作为郑州啤酒夜市先入者和目前市场主导者,金星夜市销售相对成熟,促销支持以物料提供、场景布置、现场服务表现居多。”金星啤酒有关人士介绍说,“目前的郑州啤酒夜市规模、集中化程度提升的同时,消费档次也在提升。不断成熟中的夜市形象不再是以往零散小型摊点的‘大杂院’,而是统一规划布局,统一展示形象的规范集合体。夜市环境的改善影响着大众的消费心理,表现在销售上在一定程度上提升了消费档次。从这个意义上讲,大众对‘夜市低端产品’的印象、认识将逐渐被淡化。”

郑州提出发展夜经济以后,啤酒企业都认为迎来了一个机会点。

据了解,金星在夜市主推的精彩新一代啤酒和金星纯生啤酒,中端产品价格定位,在夜市也卖得相当不错。