

郑州晚报
这厢有“礼”！

继“郑州晚报首届读者节”之后，郑州晚报再次派送大礼。即日起，凡固话尾号、手机尾号、车牌尾号、身份证尾号为61或8的读者，

144元订一份全年《郑州晚报》，将有1名读者获得价值61倍（8784元）的珠宝礼品，将有61名读者获得价值8倍（1152元）的珠宝礼品。

订报热线：07659999

订报地址：郑州市陇海西路30号郑州晚报大厦305室

2010年5月28日 星期五 主编 褚全兴 编辑 白贺 校对 王泓 版式 陶莎

81个新品牌、苹果授权体验店、居家概念馆…… 两岁丹尼斯花园店更“潮”了

在百货商场，除了购物还能做什么？丹尼斯百货花园路店将为消费者带来一种全新的消费体验，“苹果授权体验店”出现在其十二楼的E酷电器馆。在这里，“苹果迷”们可以全方位、零距离体验到苹果产品的魅力，完成一站式购物。

这是河南百货商场的首家苹果体验店，而即将迎来2周岁生日的丹尼斯花园路店，新加入的不仅仅只有时尚和科技的元素。今年3月以来，一场升级改造工作就在此展开，比如楼梯硬件改造、经营业种升级、现有品牌优化组合等，“这次调整，光新引进的独有品牌就达到了81个”，丹尼斯百货花园路店营业部经理程华说。

晚报记者 袁瑞清 周倩/文 周雨/图



除了商品和服务，优雅的购物环境往往也是消费者所看重的。

81个新品牌 升级花园店

刚走进丹尼斯花园路店的王小姐，马上就有了新发现，在商场的4楼，她看到了心仪已久的韩国女装品牌TI和ON&ON。“我很喜欢这两个品牌的衣服，以前都是去外地买，或者在网上淘，想不到丹尼斯也有了，以后就方便了。”王小姐高兴地说道。

变化不仅仅如此。程华告诉记者，为迎接2周年店庆，实现品牌级数的提升及销售业绩提高，该店从今年3月起对部分楼体硬件进行升级改造，增加经营面积，对部分经营业种升级定位，并且对现有品牌进行合理的优化组合。

“这次调整，光新引进的独有品牌就达到了81个”，程华说，到6月整体调整结束时，品牌专柜数量将达到546个，其中新引进重磅品牌专柜数量将达到81个，有部分品牌为丹尼斯花园店独有品牌。

值得一提的是，12楼的E酷电器馆，首家引进“苹果授权体验店”，让顾客在科技中感受现代生活的时尚。

精细消费 延伸服务

在程华看来，在目标品牌的选择中，要结合自身的市场定位，对于一些新生代的品牌，需要一定的胆识和远见，最终的决定与取舍必须确保公司业绩的增长。

她表示，丹尼斯在引进一个新品牌时，不仅仅看重品牌的级数，而且讲究在品牌组合的基础上，进一步做出特色。“丹尼斯百货花园路店的定位是流行、时尚、品位和精致，希望通过此次调整，全力打造精细的消费体验，给消费者带来精致、小资、时尚的消费感觉。”

丹尼斯百货花园路店店长刘永松表示，花园路店引进的品牌范围一般是国际二、三线品牌，国内一线品牌，区域性大品牌，从此次涉及的大部分女装品牌来看，其风格迥异，有的是设计师品牌，有的是柔情少淑，还有的是个性时尚品牌，很好地满足了花园路商圈特定消费人群的需要。

在打造精细化消费体验的同时，丹尼斯百货花园路店也致力于服务的延伸，提供一站式

的购物体验。比如丰富楼层的产品形态，如3楼，爱美的女生不仅可以买到流行服饰，还能买到诸如发卡、耳环、手链、太阳镜等配饰产品。

“我们将拿出20%左右的面积来经营餐饮和休憩项目”，程华介绍，13~14楼主要为餐饮，15~16楼将用来建设一系列休闲会所，如游泳池、有氧健身房、女子SPA馆、儿童乐园、美容养生馆、棋牌室等。

相关链接

店庆期间，品牌折扣全年最低

5月28日~6月1日，全馆服饰五折起，28日卡友预购日活动期间，卡友独享折后满900返100元百货电子券，50台海信液晶电视时时抽，预购专享50点积分兑换50元百货电子礼券；5月29日~30日，化妆品专柜可享5倍积分，丹尼斯独有品牌可享5倍积分。5月28日~29日，以及6月1日当天，消费者累计购物满890元、1890元、3890元、6890元以上即可凭票兑换丰富好礼。

大商入驻中原4周年盛典

新玛特金博大店再现精准营销

如今，大商集团步入中原已经整四年，而新玛特金博大店作为大商入驻郑州的第一站，见证了大商集团在郑的发展历程，作为本土商业的名牌企业，随着大商的接手，新玛特金博大店不断注入了时尚元素，从国际一线品牌到国内高端品牌的整合、引进、调整等，无不体现其独特之处。同时，通过不断的创新和努力，该店的整体营销思路也成为了郑州商业的典范，成就了其在郑州商业中举足轻重的地位。

晚报记者 白贺

灵动旋律 演绎极致

据悉，5月28日至31日新玛特金博大店全面回馈全层顾客，“追求客层的细化，全面回馈全层顾客，将以商场重点品牌及部分单品展开我店四周年店庆活动。”该店有关负责人称，

“此次我店根据地区集团要求，在河南地区再次进行统一联动，从商品组织上、活动力度上给消费者一个最实在的优惠。”

另据了解，在大商集团入驻中原4周年店庆活动中，新玛特金博大店百货服饰七折起开场，全场品牌全部10倍高倍积分，进口名表20倍高倍积分，并且会员顾客在商场的各个柜台每消费卡内10分可直接冲抵1元使用，而且还可以循环积分。之所以展开如此大力度的促销活动，该店相关负责人表示，“这样可以很直接地回馈广大会员顾客。”

为配合活动，新玛特金博大店通过和供应商的谈判，落实到了商场重点品牌，并对重点顾客及会员宣传到位，此举完全符合了2010年该店的营销模式——精准营销策略。同时结合商场的各个

品类重推一批店庆款，而且折扣力度较大。

“精彩合声”蓄势待发

在地区集团的总体部署下，四周年店庆将是大大商郑州地区集团整合营销资源的又一次联动活动，将发挥自身优势，凝聚多家店铺的力量，共同演绎这场大商入驻中原四周年店庆盛典。

据悉，新玛特金博大店为配合地区集团整体营销思路，活动从28日一直持续到6月6日，并将其分为三个乐章。第一乐章为全客层大力度营销，高倍积分、赠礼、抽奖、折扣等，重点体现对消费者的回馈。第二乐章将融入六一儿童节主题，展开一场综合性促销。第三阶段将上演“合声乐曲”，为四周年店庆画上圆满句号。

从大众百货向现代流行百货华丽转身

郑州华联周六全新亮相

郑州华联商厦始建于1987年，1990年9月1日建成开业。自开业至今，郑州华联商厦先后获得全国五一劳动奖状、全国百家知名企业、全国无假冒伪劣商品商店等100多项荣誉称号，并曾连年跻身于全国百家最大零售企业和全国500强企业行列。

如今，面对中国商业舞台群雄争战的格局以及现代综合购物中心、专业店等新业态迅速崛起，作为强大的驱动力，在郑州华联商厦开业

20周年店庆和郑州华联商厦有限责任公司创立5周年庆典的节点上，抓住机遇，以创新精神通过经营环境的升级改造和服务提升，华丽转身，跃上新的层次，推动郑州华联商厦跨越式发展。

从大众百货向现代流行百货的华丽转身，郑州华联顺应时代的发展趋势，结合自身特性，由专业公司量身定做，以国际、国内高档知名品牌、服饰百货为主题；以流行前卫、休闲商务、品位时尚、黄金珠宝、鞋品为核心；辐射名

品直销、家居生活、餐饮等经营服务项目。

5月29日即将全新亮相的郑州华联商厦，在完成外立面升级、内部全新装修、规模体量等硬件设施改造的同时，还将引进新的合作模式，在服务水准、业态组合、品牌阵容、营销创新、经营管理等方面超常运作，异彩纷呈。另外，围绕目标市场招商、品牌引进，增加既能满足目标顾客需求，又与其他商场形成差异化和个性化的品牌，提供给顾客更大空间，更多选择。 白贺

商
讯
速
报

今夏穿 crocs 看世界杯

新玛特郑州总店 crocs(卡洛驰)首次路演

今年看世界杯，穿什么鞋最舒适？如今，球迷们又有了新选择，风靡全球的美国 crocs(卡洛驰)品牌将携其世界杯新品，首次登陆郑州举办一场大型路演活动。这是中西部首场 crocs 展销会，活动时间将从6月4日一直持续到6月13日。晚报记者 袁瑞清

新品展销，优惠力度空前

记者了解到，crocs(卡洛驰)的本次路演将在大商新玛特郑州总店举行，这也是该品牌在郑州的首场路演活动。“优惠力度可以说是前所未有的”，该店一名负责人表示，在这次活动中，大商将大力投入，品牌代理公司也将大幅度让利。同时包括广场优惠促销、中厅新品秀场等活动。

crocs(卡洛驰)世界杯新品主打产品为 Crocband(卡洛班)系列，突破了传统运动鞋和板鞋的框框，充满怀旧复古味道，以黑白相间为主调的鞋边设计，再加上个性张扬的色彩，体现了勇于表达自我、创新和充满活力的个性，是品牌 Feel Good Revolution 最典型的彰显。其限量版的 Crocband Nation 系列，以世界各足球大国的标志性特色为设计灵感，专为今夏世界杯盛事倾情打造。

据悉，在中国市场销售的11个款式融合了各国的国旗元素，满足不同球迷的喜好，并带来独特的激情感受和收藏意义。

除了主打新品，同时发布的 crocs 其他三大系列，也从设计、功能、用途各方面，展现了品牌 Feel Good Revolution 的理念：采用了 crocs 独特技术的 ABF 人字拖系列，完美贴合人体脚形；Slouch 休闲系列，升级演绎了 crocs 休闲商务鞋的舒适轻便，适合各种场合穿着。

卡洛驰：让“脚”更时尚

没听过 crocs(卡洛驰)？那你一定见过那双刮热了大半个中国的“洞洞鞋”吧，“始作俑者”就是 crocs(卡洛驰)。

据悉，crocs(卡洛驰)是一家总部位于美国科罗拉多州的鞋履设计、生产及零售商，以 crocs 品牌于市场上推出男装、女装及童装的舒适鞋款。创立于2002年，crocs 鞋子最初的产品定位是为帆船和户外运动者所设计的。

2003年，crocs 已经掀起了一股席卷全球的风靡浪潮，变成了为全世界人所热爱的，融入时尚和趣味的多功能 crocs 鞋子。在2006年2月，crocs 在纳斯达克上市并开创了鞋类企业首次公开招股的首日股价上升最高纪录。

2008年，crocs(卡洛驰)设计的一双“洞洞鞋”刮热了大半个中国，一时之间风光无限。2009年，“果冻鞋”在继“洞洞鞋”之后得到了青睐。2010年，以舒适、活泼和创意而风靡全球的“洞洞鞋”——美国 crocs 卡洛驰品牌，正式在中国宣布启动品牌全新的市场营销主题——Feel Good Revolution。

新一辑“Feel Good Revolution”的宣传海报上，以穿着 crocs 的男女儿童模特为焦点，配以令人产生不同场景联想的背景画面，制造出令人惊喜的视觉体验。

大商超市举办少儿才艺大赛

为迎接六一儿童节的到来，5月31日至6月1日，大商超市将在郑州市5家门店联合开展“超市宝贝”才艺大赛之“我与大商一起成长”与“明日之星风采展示”大型活动。为举办此次“超市宝贝”才艺大赛，大商超市提前做好充足的准备，“场地、器具、奖品等都是专人负责，希望届时喜欢画画、唱歌和跳舞的小朋友都能来参加我们的活动。”据大商超市某工作人员介绍，“我与大商一起成长”的主题主要是与大商有关的绘画和书法作品，而“明日之星风采展示”则偏重孩子即兴的表演，舞蹈、唱歌、朗诵、乐器、模仿秀等方面任选两项进行展示。 白贺