



热烈祝贺《郑州晚报》单日出版672版 创造“大世界基尼斯”新的世界纪录

暑 W O 自由

6月26日16点,随着巨大的“赢”字被一个个代表着供应商的棋子组合起来,郑州王府井百货招商洽谈会启幕。在会上,郑州王府井百货有限责任公司总经理唐文英明确表示,4个月后将炫彩亮相的郑州王府井百货定位于中高档精致时尚百货,目标客层为25~45岁。 记者 王一品 文/图

4个月后炫彩亮相 郑州王府井瞄准中高端



6月26日,郑州王府井百货招商洽谈会圆满落幕。

郑州新世界百货 激情盛夏 魅力升级

新世界百货郑州店隶属于上市公司香港新世界发展有限公司,是河南第一家以“时尚、生活、新个性”为理念的主题百货商场,无论是装修风格还是货品陈列,每个细微之处,都为消费者提供了最轻松舒适的购物环境。

新世界百货郑州店地处郑州最具优势的紫荆商圈,紧邻花园路、火车站、二七商圈。商场总面积约35500平方米,以20~45岁的时尚人群为目标消费群体。

据商场负责人介绍,商场各楼层均以田园绿化为装饰,每一层都设有休息区域,甚至连卫生间都是五星级别,完全营造了一种轻松愉悦的氛围。新世界百货郑州店为消费者提供这样的购物环境,并让其乐享高品质的服务,不仅实现消费者利益最大化,而且也使自身在郑州商业界的发展更加稳固。

近日,您可以在新世界百货郑州店发现,位于一楼的国际品牌咖啡星巴克、服饰零售行业中排名前列的日本著名休闲品牌优衣库已经在装修中,二楼新进女装品牌Jackio、A02、G2000,三楼新进的男装品牌S2CITYLIFE、Edenbo,当然还有未来将要引进的全国票房排名前10的大地影城。它们的入住无疑给新世界百货的业改升级注射了一剂强心针。

新世界百货的餐饮更是赢得了消费者的认可。爱好购物的消费者魏小姐说,郑州新世界百货是集购物、娱乐为一体的百货商场,在逛完百货后,经常到四楼的餐饮店消费。

据记者了解,目前新世界百货三至四楼餐饮集中西式餐饮为一体。三楼有必胜客、川之味麻辣香锅、东东包。四楼有绿茵阁、金汉斯、云鼎汇砂、渔码头等餐饮可供消费者选择。

温馨提示:为庆祝香港回归15周年,新世界百货郑州店品牌升级大出清,于6月28日~7月4日举行全馆服饰45元起换100元;重磅品牌消费满1000元返100元(仅限VIP参与,日限50张);运动服饰及用品全场四折起;鞋区45~50元换100元;化妆品200元减40~30元;镶嵌珠宝类1000元减400元。6月28日起,凌志公司在商场一楼举行大型特卖会,ONLY、VERO MODA全场五折起。

记者 王一品 武文静

直切局部市场的空白点

前身是北京市百货大楼(创立于1955年)的王府井百货,有“新中国第一店”之称,于1994年登陆上海证券交易所,1996年率先开启中国连锁百货扩张之门,2004年成为国家商务部重点扶植的20家大型流通企业之一。目前,其在全国18个城市拥有26家百货店。

在集团的发展蓝图上,王府井百货预计2015年将实现销售收入500亿元,门店数量达到50家,总经营面积达到250万平方米。要实现这一目标,拓展河南市场尤为重要。显然,不管是从发展战略角度讲,还是从河南市场潜力看,郑州王府井百货定位中高端都是明智之举。

一个商业项目成功与否,最重要的因素就是选址。众所周知,西区一直是郑州的“商业洼地”,市场不饱和、潜力巨大。

调查显示,在郑州王府井(位于桐柏路与棉纺路交会处锦艺城)所辐射的半径1.5公里以内,

常住人口达10万,而整个中原区的常住人口超过90万(仅次于金水区)。但是,以碧沙岗为中心的西区商圈早已不见当年的繁华,至今该商圈都没有一家特色化、品质化、规模化的综合性百货店。可以说王府井百货的进驻,恰逢其时,直切局部市场的空白点——立足未来长远发展,建立郑州西区第一家高档精致时尚百货店,以相对齐全的品类,丰富多样的商品,时尚的品类组合概念,全面的功能配套设施,舒适的购物环境,为消费者提供一个享受购物的休闲场所。

“这个项目周边约有20条公交线路,还有BRT,可到达郑州全城,马上开通的地铁一号线距商场仅400米,未来的地铁五号线也将在此站换乘。”郑州王府井百货总经理唐文英信心满满地说,“周边2.5公里范围内,未来3年总人口将达25万,其中白领阶层以上的就约有13万人,客流优势会越来越突显。”

在郑两个项目“东西呼应”

根据《2012~2020年郑州市商业网点规划》,郑州市将大力发展碧沙岗商圈和郑东新区商圈,结合目前已经初具规模的郑州花园路商圈,未来郑州有望形成以二七商圈为核心,东西北三个次级商圈环绕的格局。

“花园路商圈已初具规模,而东西方向仍有较大的上升空间。”唐文英表示,王府井百货看准市场机遇,在郑州连落两子,一东一西。

2011年9月,王府井百货集团发布公告,以现金方式向枫华商业增资3.91亿元,持有枫华商业65%股权,将通过自持物业打造郑东新区的温哥华广场项目。不过,首先签约的是郑东新区的店,而首先开业的却是郑州西区的店。

据了解,郑州王府井百货(锦艺城店)整体物业结构已经基本完工,外立面正逐步拆除围挡,场内精装修阶段即将启动,预计4个月后开业。

融入购物中心元素,突出品牌概念店

2012年,王府井百货在全国商业品牌竞争力评选中居商业企业之首。用北京王府井百货(集团)股份有限公司总裁刘冰的话说:“成功来自创新与坚持。”

郑州王府井百货将沿袭王府井一贯的超前创新理念,以国际潮流为导向,融入购物中心元素,重点打造品类组合概念,突出品牌概念店,彰显时尚与活力。

完善而富有潮流气息的功能配套设施,为消费者带来卓尔不凡的购物体验;时尚、典雅、高贵的商品组合,能满足更广泛的消费群体需求;物业结构由美国凯里森建筑事务所设计,改造,更符合现代百货的经营需要,更能体现商场的现代感;重庆主流建筑装饰工程设计有限公司将为郑州王府井量身定制商业规划设计,全程跟进装修,营造契合国际潮流的购物环境。

让购物从“心”开始

从1955年创立“新中国成立后国家投资兴建的第一座大型百货商店”以来,王府井始终专注于百货事业。因此,在商品的概念组合方面,王府井一直具有得天独厚的优势。

据说郑州店会以混搭的组合方式亮相,将男女青春装、中性牛仔、时尚

运动、潮流配饰等进行穿插组合,结合青春流行品牌概念店,形成经营亮点。一方面突出时尚定位,激发消费者的购物欲望;另一方面以多品类的组合,消除人们逛街的视觉疲劳、审美疲劳,令消费者始终以愉悦、新奇的心情享受购物的过程。

“我们要让购物不再单调,甚至充满情调,要让购物从‘心’开始。”唐文英介绍,“店内视线通透,灯光柔和,现代化的统装元素中不失优雅、舒适、温馨、便捷。”

除了商品组合给人以新鲜感,空间环境给人以愉悦感,郑州王府井百货还在各个楼层穿插休闲水吧、甜品店、咖啡厅等,为消费者在购物之余提供一个歇脚休憩、品味美食的休闲场所。

更名加多宝 红罐凉茶全力抢占市场

自加多宝将原红罐王老吉凉茶更名加多宝凉茶后,目前市场上的原红罐王老吉已全部换装成了加多宝,消费者已经可以在全国各大超市及零售卖点买到加多宝凉茶。

记者走访市场发现,加多宝凉茶已在各大超市纷纷上架,而且已被摆在醒目位置。据北京一家联华超市的销售人员介绍:“加多宝凉茶上市以来,每天出货量与原红罐凉茶相当,并没有受加多宝换商标的影响。”

记者从加多宝方面了解到,更名后的加多宝凉茶,仅仅只改变了产品名称,依然是独家使用凉茶始祖王泽邦先生的祖传秘方进行生产,产品的工艺品质与原来的红罐王老吉一样,原有的配方、工艺、口感都不改变。

据了解,加多宝公司不仅拥有王泽邦先生的祖传秘方,同时拥有独创的凉茶浓缩汁技术和精益求精的生产工艺,成熟的技术研发团队,确保了凉茶的纯正品质。

自加多宝失去王老吉商标后,社会各界对加多宝予以广泛同情和支持。

日前,央视《对手》特别邀请国内多位知名专家对王老吉的品牌归属展开辩论。现场多数专家和观众支持加多宝。《财经》杂志执行主编何刚认为,加多宝造就了王老吉,其品牌价值应属加多宝,今后他会继续支持加多宝。

同时,在广东卫视《财经郎眼》栏目中,著名经济学家郎咸平更以“抢得了商标,丧失了品牌”直言广药的霸道,各界的力挺也加强了消费者继续信任加多宝的信心。

实际上,消费者和社会各界对加多宝的支持,得益于加多宝对凉茶事业的专注和对凉茶产业的巨大贡献及独特的经营手法,获得社会各界的普遍认可。

对于加多宝凉茶的经营前景,加多宝方面表示,有信心重塑加多宝凉茶的市场主导地位。据了解,为了让加多宝凉茶迅速抢占市场,加多宝公司下半年全力赞助《中国好声音》《向上吧少年》等大型节目。加多宝凭借多年的凉茶运营经验和遍及全国的渠道优势,目前已成为饮料市场人气最高的品牌。

海明

