



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

在商言商

生活方式 由商业配套决定

生活方式可以是多种多样的，看看时下潮人，可以用“宅”(居家)、“败”(消费)、“叹”(享受)、“蒲”(玩乐)等来概括。

寻找一个适合的方式与地点来修行以上状态，似乎是现代人对不同生活方式的追求。你既可以选择到成熟的商圈去疯狂购物，也可以选择在家门口喝杯咖啡、吃顿大餐、打打游戏、陪家人一起闲逛。是否所有人都有条件作出这种选择，取决于人们家门口的社区消费配套是否齐全。

上周末，位于航海东路与中州大道交会处的一站广场购物中心举办开业一周年庆典。令人吃惊的是，本来毫无商业氛围的郑州南区，也迎来一次购物热潮。

“以前，郑州人购物只会集中在二七商圈、花园路等城市中心区域，城市周边的居民要满足购物需求就必须大老远地跑到这些地方。然而，近年来，随着‘购物就在家门口’成为一种趋势，各种类型的社区型商业中心纷纷兴起。这类商业中心本来辐射的半径很小，主要服务于几个大社区的居民。”河南省商业行业协会副会长何宏剑表示，“随着服务至上、特色经营的理念渗透，他们将从社区型商业中心升级为区域商圈。”

记者 王一品 文/图

社区商业 火力全开



西区的中原万达广场

南区的一站广场

东区的宝龙城市广场

现象 区域商业中心是城市发展的必然产物

一个商圈的诞生，需要相对漫长的历史沉淀，需要较大规模、辐射半径、辐射人口。譬如花园路商业带，即便其具有强大的全市消费吸附能力，但还不足以称其为核心商圈，叫他副商圈、次中心相对比较合适。

数据显示，二七火车站商圈目前商业面积达160万平方米，日客流量平均200万人。那里，始终是郑州的核心商圈。但是，二七商圈的承载力已经饱和，郑州亟待城市区域商业中心的发展，来分流超负荷的核心商圈人流量。

随着郑州经济的持续发展、城市化进程的不断加快、城市人口的不断增多及中原经济区商贸业的不断发展，城市商业中心的转移和扩散是必然的。一个城市，在其城市化的初期、中期，商业中心会向城市中心集聚。但当集聚到顶峰之后，就会向东南西北各个方向扩散。当然，一开始我们能看到的可能只是一个个分散的点，待这些点发展壮大，才能形成城市商业的“副中心”。

近几年，宝龙城市广场、曼哈顿广场、升龙商业广场、一站广场相继开业，虽然尚未形成商圈规模，但都已在各自区域达到一定的影响力。而2011年10月，中原万达广场的开业，更是为区域商业中心的发展树立了标杆。自此，集购物、娱乐、餐饮于一体的全业态一站式生活广场，在郑州各个区域火力全开。

特点 是有益的补充，而非简单的复制

那么，区域型商圈有什么明显的特点呢？

“这类商业体主要为城市新的人口集聚地服务，首先是为周边的几大社区居民提供商贸服务。由于购买力有限，服务的人群也不大，起初的社区型商业中心规模都不会太大，定位也不会十分高端，主要走亲民路线。不过，这种商业体往往业态很全，服务至上，而且会在餐饮、娱乐、儿童教育等方面下足工夫。”河南省商业行业协会副会长何宏剑分析，“当社区商业经过一段时间的培育期，吸引了更多希望在家门口购物的人时，必然会在品牌结构、商场规模上有所提升，从15分钟的消费圈，上升为半小时消费圈，覆盖到整个辖区，逐步形成区域型商圈。”

对此，一站广场总经理陈永兰也表示：“我们刚开业时，主要客流都来自周边的富田太阳城、美景天城、金色港湾、正商蓝钻、美景鸿城等社区。如今不同了，约20%的客流来

自5公里之外(车程半小时左右)。”据介绍，一站广场精准定位于“家庭生活娱乐中心”，集合了3D影城、连锁超市、特色美食、电器、电玩、KTV、儿童乐园、健身、教育、真人CS、服饰零售等多种业态。其娱乐项目占50%，餐饮占20%~30%。其中，商场的三楼以童装、童玩、童乐为主题，而四楼全部在做儿童教育和亲子活动。

由社区商业形成的区域型商圈将来会冲击城市核心商圈吗？这是很多消费者关心的话题。“区域型商圈满足的是居民就近购物的需求，是对核心商圈有益的补充。区域型商圈会不断提升，但绝不是对核心商圈的简单复制，其必须针对自身情况放大特长。反过来说，核心商圈的功能是不可代替的。比如二七商圈的辐射范围，不仅仅是二七区，甚至不仅是郑州市，它足以辐射河南、辐射中部地区。”何宏剑说，“二者就像便利店与大型超市，满足的需求不同，各有各的存在价值。”

趋势 至少需要10年来发展壮大

目前，社区商业在郑州只能算是刚新兴，尚属起步阶段。其要发展壮大，还需一段时间来巩固和提升。“若要形成区域型商业中心，令郑州市的商业格局呈现出四面开花的局面，至少还需要10年时间。”何宏剑指出，随着地铁的开通，站在这条城市轨道交通链上的社区商业会越来越多，尤其是郑东新区和郑州西区，区域性商圈会迅速崛起。

当然，在前景看好之下，社区商业尚需潜心运营，耐得住“寂寞”。譬如宝龙城市广场，刚进驻郑州就选址农业东路，备受质疑。如今看来，那里的特色化经营已集聚人气，不仅覆盖了周边几个中高档社区，甚至辐射到北三环。

商业资源、品牌资源的储备，专业化的运营团队，有特质的商业形态，培养周边居民良好的消费意识等方面，都是区域性商圈要突破的瓶颈。因此，其欲求发展，任重而道远。

折扣金边

7月27日-29日

淘“最”郑州



女装

活动期间于B1F服饰区明示专柜累计消费满500元，即可在收银柜台直接兑换500元电子礼券，多买多兑。

(丹尼斯百货人民店)

精选女装满300元返300元礼券。

(正道花园百货)

TEENIE WEENIE、MIKIBANA、ROEM、ALLA SCALA 全场五折，PINK、ONLY、VERO MODA 部分五折。

(丹尼斯七天地之2天地)

夏装消费满100元减60元。(郑州百盛)



男装

独享活动，100元当做500元花。

(大商新玛特郑州金博大店)

部分男装参与50元、65元换100元礼券活动。

(BHG北京华联)

百货服饰类满200元返200元礼券。

(大商集团紫荆山百货)



鞋类

女鞋参与满100元返100元礼券活动。

(正道花园百货)

BELLE 年度回馈大型特卖，全场一至五折。

(正道中环百货)

男女鞋大出清，全场三折起。

(郑州新世界百货)



运动

运动品牌参与消费满200元减100元活动。

(大商新玛特郑州金博大店)

NIKE360 部分七折。

(丹尼斯七天地之2天地)

运动品牌夏装五折起。

(正道中环百货)

运动品牌全场四折起。

(郑州新世界百货)



羽绒服

冰洁三至七折，歌杰斯、法迪三至五折，艾莱依三至六折。波司登、雅鹿、鸭鸭、坦博尔、雪中飞等品牌有惊爆价，99元至299元。(郑州百货大楼)



化妆品

消费满299元返50元礼券。

(正道花园百货)

消费满300元立减50元。(大商新玛特郑州金博大店)

夏季护肤品特卖，消费满200元立减40元、30元。(郑州新世界百货)



精品

镶嵌珠宝类消费满1000元返100元礼券。

(大商新玛特郑州金博大店)

买黄金满9999元赠欧美达厨具四件套，满19999元赠双立人四件套刀。

买镶嵌类珠宝满9999元赠平板电脑，满19999元赠创维32英寸液晶电视。

(正道花园百货)

周大福、六福、老凤祥、ENZO、周大生等品牌的黄金每克立减20元。(郑州百盛)

镶嵌类参与50元换100元礼券活动，黄金每克最高可减30元。(正道中环百货)

