

寻找城市时尚

新地标

11年来,谁在轻敲时尚之门?谁在传播消费新观念?谁在让郑州商业行业绽放新元素?由郑州晚报商贸部主办的“寻找城市时尚新地标”评选活动,经过近两个月的调查、投票,正式揭晓。您最“中意”的百货商场、购物中心、大型超市上榜了吗?

百货篇

START

丹尼斯百货人民店
上榜理由:领跑市场

这是一家仅一层化妆品、名表和精品服饰的年销售额就能超过10亿元的精品百货店,这是一家能占据丹尼斯集团一半以上业绩的单体百货。丹尼斯百货人民店稳步发展,一直领跑河南百货行业。其目前的品牌阵容,是河南市场上其他百货在短期内无法超越的。

作为河南百货业翘楚,人民店已经习惯了在突破中不断完善自己。2012年11月16日是人民店店庆季“卡友日”——在这个丹尼斯的传统节日里,该店献上了单店单日业绩近2.7亿元的销售纪录。

正道花园百货总给人一种稳重、低调的感觉。不仅因其是河南本土商业的代表,更因其一贯扎扎实实的作风。

自2008年重装升级后,正道花园一直坚持走中高端定位、精品路线,而其核心竞争力在于会员服务上。据了解,正道花园超过70%的收入来源于VIP,会员顾客的忠诚度之高无人能及。当然,这一切都源自高品质的服务。

这种服务主要包括两方面:一是实实在在的贴心服务,比如免费洗车、送货上门、会员赠礼、互动讲座等;二是无形的购物体验,比如独有品牌能满足消费者对时尚、奢华、品位的追求,专属客服、专属活动能令VIP充分感受到至尊服务。

大商新玛特郑州金博大店
上榜理由:稳中求变

金博大店,在某种程度上承载了郑州消费者对于新时代商业的期望,毕竟其是郑州商业行业中承上起下的典范。再加上金博大被业界称为河南百货业的黄埔军校,多年来为我们的零售市场培养了大批人才。因此,很多河南人心中都有金博大情结。

目前,该店改扩建工程已陆续展开。未来的金博大,将成为体量约20万平方米的大型商业综合体。

丹尼斯百货花园店
上榜理由:精准定位

共18层、高97米的丹尼斯百货花园店,一落成就出了名,因其创下了全国单体百货的高度之最。2011年,花园店年销售额达15亿元,成为丹尼斯旗下的“二号人物”。2012年,花园店将目标锁定“女性消费”,不断强化商品时尚度,提升品牌和服务,业绩稳步增长。目前,花园店堪称河南单体百货中女装专柜数量最多的商场,可以说把精准定位、细分客层做到了极致。

郑州百盛
上榜理由:引领时尚

面对2012年郑州百货业整体走势趋于平淡的大形势,郑州百盛没有坐以待毙,而是第一个“动起来”——全面重装调整,实现了品牌、设施、服务等全方位升级。

2013年,郑州百盛继续坚持走时尚流行路线,并将时尚度再放大。一方面拿出1500平方米专做时尚餐饮和休闲娱乐项目,并细化会员服务,另一方面大量引进国际化的潮流品牌。

大商新玛特郑州总店
上榜理由:修炼内功

如果说前几年大商新玛特郑州总店主要是以品牌深度营销为主来营造影响力的话,那么,如今的总店已经日渐成熟,在修炼内功的同时开始迈向全新阶段。

即将迎来5岁生日的大商新玛特郑州总店正在为下一个5年蓄力。

BHG时尚百货(北京华联)
上榜理由:完美蝶变

2013年,BHG时尚百货(北京华联)入驻郑州整整11年。于去年9月重装升级后的BHG,完美蝶变,让一家传统百货店彻底走向时尚定位。

如今的BHG,品牌大幅提升,购物环境更完善,商品结构更合理,成为郑州第一家无门槛开设Wi-Fi的商场,为略显浮躁的二七商圈带来了一股自然清新之风。

郑州王府井百货
上榜理由:全新体验

有着“新中国第一店”之称的王府井百货(始创于1955年),在郑州的第一家门店已开业半年。这家历史悠久的百货企业秉承着“一团火”的精神,倡导文化营销、情感营销和价值营销,坚持其对“精致生活”的不懈追求,为郑州消费者带来了完全不同的购物体验,其不仅体现在独有的品牌优势和独特的品类组合上,更体现在每一个休闲空间上。

正道中环百货
上榜理由:突破自我

作为正道家族的一分子,中环百货近几年也在服务上下足了工夫。为了与正道花园错位经营,中环的服务主要体现在大力度回馈消费者上。

最近一年,正道中环百货最大的突破在于特色专题活动多了。火爆的足球赛、甜蜜的相亲会、温馨的亲子乐淘……在这里,您不仅能买到物美价廉的商品,还能参与别样的专场活动。

郑州华联商厦
上榜理由:与时俱进

郑州华联,之所以能够成为郑州老牌百货商场中唯一一个靠自己改制而屹立不倒的企业,得益于其与时俱进、定位准确。这家一直拥有诚信口碑的老牌商场,在每一个阶段都能找到适合自己的发展方向。

今年年底,地铁1号线将全面开通,而郑州华联商厦已经为此默默准备了3年。重新招商、改装升级,以全新的面貌迎接地铁商业时代。

大商集团郑州紫荆山百货
上榜理由:全面升级

至今保持着迎客、送客传统礼仪的大商集团郑州紫荆山百货,将微笑服务发挥到了极致。2013年,紫百迎来30周岁生日,也是其精准定位、大调整、大提升、大跨越的一年。以“成熟型礼品百货”重新定位后的紫百全面升级,为广大消费者提供了更优质的商品、更贴心的服务、更舒适的购物环境。