

SHOPPING MALL

最近,跨界风席卷而来,这不仅仅体现在汽车市场上,连传统百货、购物中心也开始绞尽脑汁地走进“混搭”路线。值得注意的是,但凡能够成功玩转跨界的商场,无不在人才、选址、品牌、定位等方面修得过硬“内功”。 郑州晚报记者 王一品

过硬的『内功』是关键 商场玩跨界

■活动快报

母婴营养监测与干预体系是“中国梦”的关键

近日,在中国政协文史馆召开的如何提高“中国化”的母婴健康论坛上,全国政协委员、北京市卫生与计划生育委员会主任方来英表示:“关注母婴营养健康,需要适度的、与时俱进的母婴营养监测体系,也就是数据库,目前这一点我们国内是不健全的。同时,我认为我们不仅需要建立完善母婴营养监测和干预体系,更需要制定完成一个适合中国母婴的营养标准。”国民体质是社会生产力和综合国力的重要组成部分,建立完善母婴营养监测和干预体系,对实现民族复兴的“中国梦”尤为重要,“中国梦”首先是全国人民的“健康梦”。

张艺赢

“第三届文新春茶节”开幕

3月25日,“第三届文新春茶节”在郑州紫荆山公园广场开幕。省市相关领导及企业代表出席了本次开幕式,一起为茶树揭幕,采摘新茶,共同见证。

文新茶叶公司董事长刘文新致辞说,我们希望通过春茶节,让人们近距离接触信阳毛尖、了解信阳毛尖、喜欢信阳毛尖、从而记住信阳毛尖、宣传信阳毛尖、打响信阳毛尖品牌,实现信阳毛尖的名茶复兴!信阳市政协副主席周保林呼吁信阳毛尖是信阳的茶叶品牌,更是我们整个河南的品牌,请大家对我们自己的品牌、对信阳毛尖品牌继续给予大力支持和关注。 鲁虹

国内首个关注创富微力量的组织成立

3月25日下午,由《创业家》和劲霸男装联合主办的“劲霸·创富汇”成立新闻发布会暨千米徒步揭幕仪式在北京奥林匹克森林公园举行。现场劲霸男装(上海)有限公司洪忠信、《创业家》杂志社社长、创始人牛文文分别在揭幕仪式上致辞,丰厚资本创始合伙人、黑马会常务副会长兼秘书长杨守彬客串了此次活动的主持人。劲霸CEO洪忠信认为,只要这些创富者在一起,彼此互信,真诚分享,勇于自我表现和表达,那么这就是一个有温度的组织,这样的组织必将能帮创富者树立信心,走上突破成长的道路。

据悉,“劲霸·创富汇”成立后,将组织会员企业间参访、交流、学习及行业资源对接等各类活动,为会员带去更多更切实的服务和帮助。

张艺赢

内功 1 人才储备

今年“3·15”期间,本报展开的一项顾客满意度调查显示,与前几年按照行政区域和商圈进行划分相比,消费者如今更习惯按照业态来细分商贸零售市场。而在大型综合超市、百货和购物中心这三大业态中,购物中心的满意度得分排名第一,百货和超市分列第二和第三。

对此,业内人士指出,郑州零售商业进入高速发展期,各种业态层出不穷,而且互相跨界蔚然成风,百货与购物中心之间的壁垒已经被打破,呈现出“长得越来越像”的趋势。传统百货越来越像购物中心,购物中心又越来越像城市综合体。要跨界,就必然会面临新的挑战,那么作为核心竞争力之一的人才自然成了决定商场成败的关键。

目前商家为达到快速扩张的目的,多采用高薪“挖脚”的方式组建团队,尤其走跨界路线的商家。不过,也有例外的。比如丹尼斯集团,一贯注重培养“子弟兵”。3月24日,丹尼斯养护人员职业培训及鉴定工作在郑州市人力资源和社会保障局高技能人才公共实训管理中心拉开帷幕。丹尼斯集团此次申报的有维修电工、机修钳工、管道木工、焊工、锅炉操作工

等七个工种,培训鉴定按照初级工、中级工、高级工、技师、高级技师的分类分别展开,共500多人参加了培训和鉴定。亲临现场指导工作的郑州市人力资源和社会保障局公共实训管理服务中心主任部炳军表示:“希望像丹尼斯这样肯为后勤人员做专业技能培训 and 鉴定的企业能更多一些。”

据了解,目前丹尼斯已在省内各地市开设9家百货、44家大卖场店、122家便利店、1家大型物流配送中心和1家食品加工厂,形成了以郑州为主、辐射河南的销售网络。未来,总建筑面积约39万平方米的丹尼斯大卫城将亮相二七商圈,而规模达10万平方米的丹尼斯购物中心已正式签约绿地新都会,打造高铁商圈。“丹尼斯集团扎根河南近20年,一直注重人才储备,这才有了今天的业绩。”丹尼斯集团执行副总王磊介绍,“之所以对养护人员进行国家认可的技术培训和鉴定,一方面是为集团发展做好后勤保障工作,另一方面也是对员工的一种呵护。只有进行了更专业的技能培训和定岗定级,才能更好地发挥每位员工的才干,而且他们的安全、薪酬以及再就业等问题都能得以解决。”

内功 2 选址准确

有人的地方才有商业,一个成功的商场必然能聚集人气。作为决定购物中心命运的第一步,前期选址的重要性不言而喻。在这方面,万达效应似乎真的能达到其广告语中所说的:“一座万达广场,一座城市中心。”目前在郑州已经开业的万达广场有两家,中原万达广场和二七万达广场,前者开业两年,后者才开业1年。尽管都还处于行业中常说的所谓三年“养店期”、“培育期”之内,但丝毫不缺人气。中原万达广场开业当天的客流量突破了

内功 3 品牌资源

购物中心只是一个骨架,品牌才是一个商业项目的血和肉,品牌招商对跨界购物中心提出了更严峻的考验。提到深厚的品牌资源,恐怕无人能敌即将开业的华润万象城。

郑州华润万象城将于4月19日开业,届时主营高端进口商品的OLE'超市、具有奥运水准的真冰场、金标百盛百货等品牌会首次亮

内功 4 定位精准

有人说,一家商场的成败,定位是关键,尤其是在郑州商业快速发展的今天,谁能培育自己的忠实客群谁就胜出。在这一点上,郑州国贸360广场的优势最为突出。

日前,郑州时尚潮BUY新地标——国贸360广场在潮粉儿的期盼中迎来了四周岁生日。在庆生派对上,最潮流的演艺、最新颖的互动、最诱人的礼品,为消费者送上了一场视觉盛宴和一顿“潮流大餐”。

“国贸360广场已经四周年,我们在不断地前行中,积极探索,希望带给郑州市民不只是购物、美

37万人。二七万达广场去年的年中庆上,活动当天进店客流也突破了20万人。

在万达进驻之初,曾引来不少质疑声,因为这两个万达广场均处于郑州的商业盲点上——郑州西区和南区。现在看来,万达的选址是成功的,不仅填补了这些区域的商业空白,也令郑州西南商业初具规模。如今,各大购物中心开始扎堆该区域,锦艺城购物中心、鑫苑美适生活广场相继开业,大商的中原新城项目预计也将于今年下半年开门迎客。

相郑州。而除了传统的商业、餐饮、休闲等项目外,全球最大的玩具及婴幼儿用品零售商玩具反斗城也会随之而来,还有星际传奇、香港星幻乐园等将为您提供国际化的儿童娱乐设施。据相关负责人介绍,万象城将以全新的购物环境及休闲体验,彻底改写郑州现有的高端生活方式,为河南消费者带来前所未有的顶级购物体验。

食、娱乐、欢笑等多种生活方式,更是那生生不息的潮范儿体验。”郑州国贸360广场总经理司小伟表示:“4年来,国贸人一直在用新奇、快的潮流理念去探索和挖掘更新鲜的生活方式,同时通过引入更具代表性、更具时尚气息的潮流品牌,网罗全新的时尚元素。”

同样是集购物、休闲、餐饮、娱乐于一身的一站式购物中心,体量并不算大的国贸360广场之所以能够不断给大家带来新鲜感,就是瞄准了一个“潮”字,精准的定位令其总能为花园路商圈注入新鲜、时尚的血液。