

晚报全媒体



郑州晚报·郑州19楼第19期相亲汇“蓦然回首，遇见你”继续报名中，单身的亲要抓住机会哦，再踌躇不定，你就和TA擦肩而过啦！要知道，机会是把握在自己的手中哦，赶紧行动吧！登录 zz.19lou.com 报名发帖就有机会参加哦！
 郑州晚报记者 李怡萍



我来摸摸小草
让它茁壮成长



宝贝小名:果果
 拍照时间:8月16日
 拍照地点:动物园
 拍照内容:8月16日是果大瓣儿的一周岁生日,我和果果穿着亲子装和果爸带果果去动物园,看到了一片绿油油的草地,果果开心地伸着手要摸小草,于是果爸赶紧抓拍下了果玩耍的照片,希望宝贝健康快乐成长! 果果胖胖 文/图

想参加请登录 郑州19楼论坛 zz.19lou.com

再不主动 你就要被“剩”下啦 相约第19期相亲汇 邂逅你的TA

心动不如行动,快报名相亲汇吧

又到结婚旺季啦,看着身边的好基友 or 好闺蜜一个个都在朋友圈晒婚纱照、秀恩爱,你不羡慕嫉妒恨吗?难道没有“我要找对象”的强烈愿望吗?那快来郑州19楼报名参加第19期相亲汇吧,本次活动全程免费,并且汇集了郑州市众多优秀的单身男女,不乏公务员、在编教师、国企员工。这么好的机会,你要看着它白白溜走吗?或许有很多人因为羞涩、不好意思而不愿参加。要知道,缘乃天定,分在人为,如

果自己都不主动把握住机会,单纯靠机遇、靠等待,恐怕要等好长时间啦!
 郑州19楼已经举办了18期相亲汇,每次相亲汇现场都是场场爆满,场外还有很多想参加却未报名的亲,看着一双双期盼的眼睛,小编表示无能为力哦。想要参加相亲汇,必须登录 zz.19lou.com 报名发帖哦,我们不接受电话报名的。为了更好的服务大家,帮助更多的人脱单,我们特将相亲汇改到9月20日举行,请大家相互转告。

更多活动详情请登录 郑州19楼论坛 zz.19lou.com

爱情便签

27岁MM 找有眼缘的男生

个性描述:我是个乐观、随和、善良的女生,平时喜欢结交朋友,看电影、旅游和听音乐。偶尔会觉得孤单,渴望安定团圆的日子。
择偶要求:厌倦了一个人漂泊

的日子,所以我要找的是在未来的日子里能够和我相濡以沫、相亲相爱、携手奔向婚姻围城的那个他。希望他身高175cm以上,有稳定的工作,成熟、稳重、有责任心和包容心。

我要参加

【参与方式】
 登录郑州19楼 zz.19lou.com 点击“第19期相亲汇”进入报名帖,发帖分享。
【报名方式】

女生:1980~1992年出生
 男生:1977~1990年出生
【QQ咨询】 2544522356
【电话咨询】 67655670



新媒体矩阵

“关注”有“礼”了!

用手机扫描郑州晚报新媒体矩阵二维码,除了能够接收到郑州晚报编辑为您精心编排的好玩、好笑,好用,好实惠,好便利的信息外,还能得到礼品一份,快快扫一扫,加入我们吧!
 郑州晚报新媒体服务电话:
 0371-67655770



郑州晚报官方微信

我们一直在你身边,时刻为你播报信息



郑州晚报官方微博

做最中的新闻,传播有用的信息



郑州19楼社区论坛

最郑州最温暖的网上生活家园



郑州晚报小螺号财经

发现价值,传播价值,服务投资者



郑州晚报美食家

吃货集合,发现美食,分享美味



欢乐之家

茶余饭后,无限欢乐,尽在“掌握”



流行之家

时尚前沿,流行本色,一屏“潮”天下

构建全开放行业平台 2014万达商业年会签约量大增

第八届万达商业年会于2014年8月28~29日在北京国家会议中心隆重举行。来自国内外的品牌商、代理商、服务商、行业协会、媒体人士等近两万人参会。现场展出万达广场达160座,近400家品牌商在此平台上设展,吸引超过10000名来自各地的代理商前来洽谈,现场签约数量远超往届。万达商业年会已真正成为以交易为主,融展示、交流于一体的务实开放的第一行业盛会。

万达商业年会成全开放行业平台

万达商业年会历经七届蜕变,呈现出全新特点:由企业会议向行业盛会转变;由半开放交流平台向专业、透明、多元、公信的全开放平台转变;由万达与品牌商的合作向万达、品牌商、代理商多向合作的转变;由“知名品牌商的聚会”向更加包容与开放的“招商集市”的转变。显然,“行业属性”与“高开放度”已成为万达商业年会的两大关键词。

从2013年开始,万达商业年会全面转型,增设了“品牌与代理商合作洽谈会”,积极促成双方洽谈交易,商业年会平台属性逐渐外延,为来年的进一步开放打下坚实基础。2014年品牌展区面积扩大到5500㎡,有360家服装、餐饮以及生活休闲类品牌设立展示区,大会更为近30家品牌提供免费场地,供其进行特装展位设计。这不仅有助于洽谈交易,对于品牌形象的展示也大有裨益。万达商业年会的平台价值可见一斑。此外,大会定向邀请加上微信等各种渠道共吸引了10000名来自国内各线城市的代理商参会,品牌与代理商达成合作意向的比例高达90%以上,现场签约率达60%,较去年有

了很大提升。

据悉,2014万达商业年会开通了官方微信通道,有相当比例的代理商通过微信获知品牌信息并注册参会,另有大量上下游产业及同行可通过微信参会,本次大会对此均不设限制,这在一个由企业主导的商业活动中是绝无仅有的,显示了万达集团作为行业领军者的宽广胸襟和社会责任。

“三项大奖”代表中国商业成就

万达广场多年的快速发展离不开国内外商家的支持。为感谢优秀品牌商家的突出贡献,从万达商业年会创办伊始便设立颁奖环节,几经修订,最终确立了年度最旺人气奖、最佳设计奖和最佳合作伙伴奖。

2014年万达商业年会“三大奖项”于8月28日下午颁奖盛典现场产生。永辉、屈臣氏、恒信钻石、百丽、欧莱雅获得2014年度万达广场“最佳合作伙伴奖”;最旺人气奖由热风(属石家庄裕华万达)、NIKE工厂店(大庆萨尔图)、吕氏疙瘩汤光速厨房(青岛李沧)、周大福(北京石景山)、首儿(哈尔滨香坊)获得,最佳设计奖由水货(长沙开福)、南京大牌档(南京江宁)、鼎鑫(哈尔滨哈西)、玛丝菲尔(武汉东湖)、乔治阿玛尼(长沙开福)获得。

“三项大奖”从目前已开业的90多座万达广场中的上万家品牌商家中遴选,由行业协会、学界专家机构、媒体及第三方机构的近30位专家组成权威评审团,进行公开评选,并设立品牌商家观察员制度,全程监督评选过程。三项大奖代表了中国商业一年来的成就,已连续颁发6届,共产生了100多

个获奖品牌,成为中国购物中心的主力军和杰出代表。

万达广场升级三四线城市

今年10月底将于昆明诞生第100座万达广场,中国商业地产的标杆品牌将正式进入“百城时代”。此次商业年会展示的万达广场数量达到惊人的160座,其中包括新发布的2015年和2016年计划开业项目50多座,进入到像广元、安阳、佳木斯等众多三、四线城市。

近年来,中国三、四线城市拥有强劲的发展空间且吸引力巨大,居民消费理念及收入水平大幅提高,希望得到更优质的商业配套服务,这为包括万达广场在内的商业地产品牌提供了机会;而来自品牌商渠道下沉的诉求也催生了中国三、四线城市的商业蓝海。万达广场的快速进入可谓恰逢其时,并且势不可挡。万达广场是中国商业地产第一品牌,拥有完整的产业链与配套。所到之处,颠覆旧有商业模式,为三、四线城市商业格局和消费层级带来巨大改变;另外,万达广场与国内外上万家优质品牌有着广泛而深入合作,是品牌开拓市场、增加渠道终端的最佳“孵化器”,品牌商愿意跟随万达广场共同开辟广袤的三、四线市场。目前,这些城市甚至一些县级市,万达广场已成“燎原之势”。

当然,由于万达广场每年开业的数量保持在20个以上,并非每一个项目都被看好,其中既包括金华这样的浙中城市,也包括满洲里这样的边陲小城。金华弱市强县特征明显,城市容量有限,且商业不发达,新增商业

综合体暂无成功案例。万达到来之初曾一度不被看好。但万达带来的是金华体量最大、业态最全、档次最高的商业项目,开业3天客流量竟达到惊人的73万人次,营业额超过3500万元,此后经营业绩一直良好。而满洲里项目因地理位置偏远、自然环境恶劣、资源严重匮乏,大型商业项目一直不敢涉足。但万达有这样的信心。虽然在开业前经历了多次招商后掉铺,但通过增加餐饮业态、引进高品质旅游纪念品品牌“欧典艺术品商店”、打造玉石文化街等举措,提升了商家信心并满铺开业,盘活了客流和销售。目前,满洲里万达广场已成为中俄蒙边界的商业明星,并为业界所效仿。可见,万达进入三四线城市不光是规模效应,万达广场产品的成熟在于,即使在困难的市场环境下,依然有能力化腐朽为神奇,真正做到升级当地商业,为消费者带来全新的消费体验。

万达商业年会是万达广场做集中展示的最强平台,也是国内外优质品牌商家一站式寻找渠道落地的绝佳场所。在现场,全国所有万达商业管理公司、万达百货的总经理及招商人员与国内外上万家品牌高层无缝对接,签约率达到80%。本次商业年会还专设了三场万达广场项目推介会,分南、北、中三个区进行。

万达商业年会在促成合作与交易上越做越好。这既包括万达广场与品牌商、品牌商与代理商两条主交易线,也包括其他同行及上下游产业也开始在这个平台上进行交易。由此,万达商业年会已逐渐成为一个全开放的行业平台。