

紫荆山百货32周年庆系列报道之一 老百货趟出新路子 家里缺什么,紫百帮你购

4月25日,河南首家澳洲O2O体验馆“洲州海优”将亮相大商集团紫荆山百货。洲州海优的开业,不仅意味着郑州消费者可以在家门口就轻松买到货真价实的澳洲代购商品,而且拉开了紫荆山百货32周年庆的大幕。 王一品

“这里是郑州最温暖的商场”

尽管紫百在郑州商界属于元老级人物,但却对“代购”“O2O”这些新形势下的营销平台并不陌生。此前,河南区域内最大、最全的宜家代购店已占据紫百一个楼层的上千平方米,从此紫百精准定位,开始专注于“家庭式”消费。

“家里缺什么,就到紫百逛逛。”近日,正在紫百五楼为即将出生的孩子选婴儿车的张女士说,“1983年紫百开业那天,妈妈曾带我来过,那时觉得这里是郑州最大上的商场。如今,我也做了妈妈,总感觉这里是郑州最温暖的商场。尤其是周末,陪老人、孩子逛完公园到这儿吃顿饭,再买点家长里短的,特别方便。据说紫百马上就要32周年庆了,连宜家代购都参与返券,是真的吗?”

经多方打探证实,4月25日,宜家代购真的要为紫百顾客献上度假回馈——满500元返100元百货礼券,轻松开启专属您的创意家居。

在家门口就能买到澳洲优质商品

近两年,就在全国各地传统百货集体喊着“转型”却又找不到方向时,宜家代购店的成功,似乎让紫百人抓住了新的契机和发展方向。

4月25日,河南首家澳洲O2O体验馆“洲州海优”将亮相紫百。贝拉米有机奶粉惊爆价165元,swisse深海野生鱼油(400粒)仅售180元,澳洲“国民”巧克力饼干、澳洲现磨咖啡免费品尝……洲州海优是河南首家专注于澳洲的跨境电商平台,提供主产地为澳大利亚及新西兰的优选商品,涵盖母婴用品、个人护理、营养保健、食品饮料及日用百货等品类的500余种商品。开业期间,消费满500元立减50元,而且再送50元袋鼠券。洲州海优采用B2C+O2O的垂直电商模式,“线下体验+线上消费”,为消费者提供“正品优选”“平民价格”“迅捷通关”“安心售后”四项核心价值。

今后如果需要澳洲代购产品,不妨先到紫百看看。在这里,消费者可以到体验店实际商品,咨询商品功能,试用产品,并在工作人员的指导下在线上注册下单,回家坐等收货即可。如果遇到售后问题,可直接到店找工作人员解决。贴心的服务,无忧的售后,让您在家门口就能便宜、合法、迅速地买到澳洲优质商品。

老百货焕发新动力

不断吆喝要扩张、要购物中心化的百货业转型,可以说是盲目的,而实实在在的发展求变应该从细节入手,以用户需求为导向,用产品来塑造核心竞争力,用服务来扩大品牌影响力。

在这一点上,身为郑州商业“老字号”商场的紫百,却更愿意将自己视作新人,一步步成长,重新起航去迎接美好的未来。

据说4月24日~25日紫百将全面启动32周年庆,届时会有震撼全城的返券促销,力度空前,品牌参与度、新品参与度也都是空前的。

而且,此前还有一波波的预热活动也足够吸引眼球,比如紫百首届钟表节、黄金超低价回馈。有紫百的老会员表示:“今年的周年庆紫百真的变样了,这家老百货朝气蓬勃,带给我们新的商品、新的消费理念,连我们都跟着越来越时尚了。”



洲州海优
zzhbest.com 澳洲优品

金如来珠宝城开启钻石节 带您走入“订制时代”

4月10日~19日,金如来珠宝城迎来“钻石节”,万款钻石任您挑选,既可以批发价淘成品钻戒,还能根据自我需求量身定制,开启专属于您的“私人订制时代”。

为了满足新人对黄金饰品的需求,金如来珠宝城特推出每日惊喜价活动。此外,无论您何年何月何日何地购买的任何黄金饰品,均可到此免费以旧换新。凡在活动期间购物的顾客,不仅可以现场免费品尝由101 Cakes提供的蛋糕盛宴,还有机会赢取价值4999元的钻戒大奖,更有婚纱免费拍摄卡、车载净化器等好礼。结婚季也是众多夫妻的结婚周年庆,那么凭结婚证在金如来珠宝城全场购物满200元,即可凭小票领取精美礼品1份。活动期间来金如来珠宝城淘文玩,可享受终身免费编织设计文玩手串的服务。 王一品

商场春「新」萌动 这一季,户外装备赢了运动装

在商言商

伴随着春天的脚步,郑州各大商场一片“春意盎然”,新的款式、新的设计、新的品类、新的理念,总之一切都是新的。春季是踏青、爬山的好季节,对于服装市场来说,这一季必然是运动装、户外装的天下。唯一和往年不同的是,户外装备独占鳌头,完胜运动装。
郑州晚报记者 王一品

户外装备争得头筹

进入4月,每逢周末大家都喜欢出去转转,怪不得黄河边越来越容易堵车,而郑州绕城高速的出入口最近已经增加到了20个。

爬山、踏青、采摘、野餐……各种属于春天的活动,似乎都需要户外装备。走访几大百货商场不难发现,近几年户外品牌开始占据越来越多的“底盘”。在丹尼斯七天地之2天地二层,户外品牌云集明显比运动品牌阵容庞大,冲锋衣、登山鞋、徒步鞋、帐篷、背包等产品被挂上了新款热销的标签。清明节假期,大商新玛特金博大店推出北面的大型特卖会,BHG时尚百货(北京华联)在一楼中庭亮出探路者的大型特卖会。不管是新品展示还是打折促销,户外装备都争得头筹,迎来销售高峰。

高科技带来高价格

从价格来看,户外装备不算便宜,一件多功能的冲锋衣折后也动辄上千元。但从销量上看,消费者似乎对其接受度颇高,一般会为此项消费准备较高的预算。

刚刚结束清明节自驾游的白领高阳月薪7000元左右,为了准备这趟全家自由行,他可是“从零开始”武装的。45升的登山包、和老婆每人一件冲锋衣,还有便携包、徒步鞋、帐篷、睡袋等装备,花销上万元。“之所以可以接受户外装备的昂贵价格,主要是觉得物有所值。”高阳说,“户外装主要讲究科技含量,成本高也是应该的。”

自然、环保、轻量、科技,这是2015年春夏户外服装的四大流行关键词。今年户外产品的款式、颜色更加贴近自然,春草的嫩绿、万里晴空的天蓝都合理地运用于产品上,更容易激起人们走向旷野的冲动。

逐渐进入精细深化阶段

一面是户外品牌风生水起,一面则是传统运动品牌继续下滑。比如,国内运动品牌“老大哥”李宁,近来不断关店。而彪马、卡帕等曾经风靡的国外运动品牌,如今也几乎成了天天在打折。就连国际传统大牌阿迪达斯也不得不宣布销售预期仍在降低。不少销售人员表示,这几年户外装比运动装火爆,主要是消费者对产品的功能性、科技含量要求越来越高。

如今参与户外活动的人数越来越多,尤其在汽车普及化的背景下,户外活动更加丰富多彩。跑步、滑雪、骑行、水上项目、空中项目等专项活动,已开始从小范围扩展出来,有越来越多的爱好者加入,而人们对于户外装备的专业性、科技感、设计理念也提出了更高的要求,正逐步出现新时尚、高端流行的迹象。

户外消费者正从被教育者、被引导者的角色,逐渐转变到主动者、主导者的地位。消费者在掌握充分信息的前提下,在户外用品消费中更主动、更理性,要求也就更高。同时,在消费内容上,也开始从基础装备转向专业、细分、品类装备。随着消费需要的变化,户外市场也由过去的粗放增长阶段,渐渐转向精细、深化阶段。