

# “MALL姐”谈MALL要“朴素”

## 专访南京虹悦城总经理吴正梅



南京虹悦城总经理吴正梅

**商业消费:** 从全国众多参评的购物中心中脱颖而出,南京虹悦城获得此次中购联中国购物中心2012年城市推动奖,虹悦城的优势在哪里?

**吴正梅:** 获得本次中购联中国购物中心2012年城市推动奖,是对南京虹悦城项目的肯定。作为新一代购物中心的代表,南京虹悦城的优势首先以设计取胜,突出购物中心休闲、观光的特性,虹悦城以阳光、水、植物等元素,构建了极富亲和力的广场自然景观,内部装饰以自然环境为主题,背景随四季的变化而改变,关注顾客的“五感”体验。此外,虹悦城在软性化的功能构建上更具人性化,比如在洗手间里专门设计了单独的空调中心,设置了亲子洗手间,母婴护理室免除了公共场所中婴童护理的尴尬,亲子坡梯的设计让推车的父母无障碍通行,全馆WIFI覆盖等等,人性化的设计凸显出商业的人文关怀。

**商业消费:** 您认为购物中心在城市里扮演什么样的角色,将如何推动一个城市发展?

**吴正梅:** 购物中心应该算是城市的公共空间,是城市之中最

齐全的休闲娱乐载体,观光、家庭休闲、约会等等需求购物中心都可以满足。购物中心的发展某种程度上推动了城市化进程,城市化进程的加快提升了消费力的转化速度,又为购物中心提供了发展的空间,二者之间具有相互关联性。购物中心在推动城市发展的同时,更应该注重购物中心自我营运能力的提升,跟上城市化进程的步伐。

**商业消费:** 有业内人士提出购物中心饱和化的概念,主要是针对其辐射范围重叠化状况,您怎么看待这个问题?您认为未来购物中心的核心竞争力是什么?

**吴正梅:** 其实,从人均占有面积上来看,中国购物中心的发展与发达国家还存在很大差距,国内购物中心的发展还处于初级阶段。购物中心饱和化只是针对局部区域而言,是相对的概念,毕竟中国购物中心的发展仅仅走过十年的时间,总量上还远远不够,发展的路还很长。

未来购物中心的价值主要通过集客能力、功能性、品牌运营力、持续性等四个方面体现,其中核心竞争力的提升主要还在于自

身经营的持续性,通过对市场、消费力、政府规划等因素的把控提升经营的持续性。购物中心在提升自身核心竞争力的过程中应该借鉴百货店的管理模式,比如虹悦城拥有自己专门的运作团队,专门的行销部门进行市场分析、调研、推广,及时了解消费倾向和消费波动,制定契合需求的主题营销方案。

**商业消费:** 获颁“中购联购物中心2012年度人物奖”,这是对您

在购物中心管理运营上的一个肯定,在购物中心管理经验上,您觉得有哪些经验可以跟大家分享?  
**吴正梅:** 在购物中心的运营中,我始终认为应该持有一种“朴素”的态度,当然这里所说的“朴素”并不是简单的运营管理,而是在规划、设计、管理上首先应该从消费者的角度考虑,不管是物质层面还是精神层面,应提供满足顾客需要的商品、服务、环境及人性化的功能设施,让顾客在购物中心能够享受到别样的消费体验。当然,作为购物中心的运营者,最希望的还是看到自己运营的项目能够得到社会的承认,消费客群的认可。

## 节能新政今年第二次扩容 台式电脑将成为十一新增长点



据了解,经国务院批准,中央财政将6类节能产品纳入推广范围,是节能补贴第三次扩容,其中在家电消费领域涉及到了台式计算机、单元式空调两大类。本次中央财政将增加补贴140亿元,预计拉动消费或投资1556亿元。

今年6月1日,国务院将高效节能平板电视、空调、洗衣机、电冰箱、热水器5类产品纳入推广范围。截止到目前,从各大品牌的销售情况来看,特别是在扩大节能家电推广实施后,高效节能空调、平板电视等5类家电的销售量已超过668万台。据了解,目前,中国台式计算机保有量1.3亿台,年耗电312亿千瓦时,单元式空调年耗电3500亿千瓦时。

记者走访南京各大家电卖场了解到,有关台式计算机、单元式空调两大类产品被纳入节能补贴范围的消息,各品牌销售人员尚没有接到相关通知。记者算了一笔账,目前一台台式计算机消费者在购买时一般折扣在8~9折,如果以后加上国家补贴,售价4000元一台的台式机,消费者仅3000多元就可以买到。

有业内人士认为,台式机 and 单元式空调作为新增的节能产品,两者相比,台式机的销售拉动会更明显。一方面,台式机适合于家庭用户和企业用户使用,属于大众消费品,包括联想、惠普、戴尔、华硕、宏碁等在内的一线电脑品牌的台式计算机,在不少家电卖场内,占整体电脑销售约为30%以上,尤其是,其中一体机是台式机的发展趋势,销售额占比已经超过50%;另外一方面,同品牌、同样价格的电脑,台式机要比笔记本配置高很多,也就是说,选购一台台式机的价格如果是5000元,那么相比之下,其配置和功能要比8000元一台的笔记本还要高。而单元式空调作为中央空调的一种,其价格大多都在万元以上,也是名副其实的高端产品。 现代快报记者 蒋振凤

## 加进来 婚庆市场热起来

### 婚礼微电影开始走红

罗曼庭紫罗幔婚礼会馆创意总监秋桐告诉记者,今年3月份策划了一场名为“高海拔之恋”的微电影式主题婚礼后,下半年陆续接到了不少以微电影为主题的婚礼策划。“前段时间策划了名为‘情定拉斯维加’的婚礼微电影。”秋桐说,婚礼微电影主要通过技术手段截取一些热映大片的背景,将新人结合的过程进行全景式的回放,比如在情定拉斯维加中运用了《歌剧魅影》中的片段,以穿越的手法将新人的故事进行剪辑,以达到影视化的效果。“制作婚礼微电影对拍摄器材、多媒体技术及后期剪辑等都需要很高的要求,再加上呈现这种主题婚礼需要的高规格的场地,没有十几万是拍不下来的。”秋桐直言,今年3月份的“高海拔之恋”花费30多万,婚礼微电影对

消费客群具有一定的选择性这是毋庸置疑的,虽然时下走红,价格却是一道“坎儿”。

### 商家打响“婚庆争夺战”

在中央、新百、大洋等商场,与婚庆有关的婚鞋、礼服等商品的销量都不错,尤其是商场的珠宝区各品牌专柜都营造出浪漫的氛围。中央商场珠宝区负责人告诉记者,近段时间珠宝的销量比平常增长了20%—30%。

记者了解到,各商家也推出了多种婚庆促销活动,打赢这场“婚庆争夺战”,中央商场启动花嫁节抢购会,新百以“HOLD住爱”为主题推出了首届秋季珠宝化妆品节,太平商场也已启动婚庆促销,珠宝、结婚礼服等都有优惠促销活动。

### 婚庆床品卖“寓意”

中央商场6楼罗莱家纺工作

人员告诉记者,寓意“十全十美”的婚庆十件套选销量最大。据了解,作为婚庆用品必备的传统床品套件在各大商场热卖不减,不少品牌在颜色、套餐上有了更大选择余地。中央商场罗莱专柜推出了蜜月套餐系列,除了包含传统的大红色系列,还加入了粉色等系列,避免了单纯红色的单调,此外,套餐中还包括羊毛被、太空枕等多种床品。

记者了解到,除了传统的棉质婚庆套件系列,近几年来高端真丝材质的婚庆床品也开始受到新人们的青睐。“与棉质床品相比,真丝质地的床品不易孳生细菌、面料轻薄舒适、环保且有档次,选购的人逐年增多。”南京绿巢床上用品商场工作人员告诉记者,由于真丝比较柔软且易于打理,寓意着婚姻同样需要精心的呵护,这也是不少家长为孩子选购真丝婚庆套件的原因所在。



当下婚礼策划中套用热映大片拍摄的婚礼微电影走俏金秋婚庆市场,但价格却是不菲。此外相关的婚庆商品也进入旺季,珠宝、礼服和床品等传统商品仍打头阵。

□现代快报记者 刘德杰



JESHING 金盛百货 南京·中央门店

商场地址:南京市下关区建宁路2-2号

品牌热线:金盛百货中央门店

☎ 51806600

公交线路:1游1\10\13\15\22\25\32\33\45\56\64\66\69\73\76\130\136\157\159\318路 玉六\玉翠\南湖\南浦\浦上\南湾

# 金盛百货中央门店

活动时间:9月13日

## 首届大学生团购会火爆开团了!

参与团购的大学生可凭学生证免费领取金盛百货10元现金券,全场通用!(每人限领一张)

咨询热线:51806633

# 开学季 我要去金盛

秋季新品 震撼上新!

