

细心的消费者不难发现,各大商场的美食品牌越来越多。吃货们甚至可以忍受长时间排队的煎熬,只为品尝到新鲜出炉的“凹蛋糕”,还有外婆家亲切的“叫号声”。记者在调查中发现,如今众多时尚餐饮品牌已悄然“占领”各大商场的负一层,成为商家聚集人气的“杀手锏”。

在综合型的购物中心,餐饮品牌更成为重要“卖点”,占比甚至达到40%,购物中心的购物、餐饮、娱乐的“黄金比例”逐渐被打破。业内人士直言,商家关注餐饮配套聚集人气的同时,鉴于消费的一次性,也应考虑如何借力餐饮的集客作用拉动相关业态的运营。

镜头一 聚焦单体百货 逛商场有“口福”了

“以前主营儿童和家居用品的负一层,现在引进了瑞可爷爷、番茄妹、牛太郎等美食品牌。”这是记者在万达百货负一层看到的场景。在南京百货界,上演这样“逆转剧”的商家不在少数。万达百货一位负责人感叹,在十一黄金周之前就一口气开出了17家餐饮店,看看排队的阵势就知道人气有多旺。

在大多数消费者看来,如今逛商场更有“口福”了。当你11点半到新北8楼的时候,对着外婆家、避风塘门口排起长龙的队伍,也只能叹气,转战大洋百货负一层的“微思叔叔”,不排上两个小时根本吃不上刚出炉的“凹蛋糕”,还有香脆的鸡排、美味的干锅等年轻人钟爱的餐饮,想要品尝到这些美食,都要做好排队队的思想准备。购物中心冲击再加上经营上的压力,单体百货中美食的地盘变大、品牌变多已成为不争的事实。以新街口商圈的各大商场为例,中央商场、新百、大洋等商场的负一层都被各式的美食所占据。除了占领负一层,面临集客压力的“顶层”也成为餐饮品牌占领的“制高点”,中央商场7楼的一茶一坐、巴贝拉等餐饮,还有新北8楼的外婆家、避风塘等餐饮品牌。在业内人士看来,被商家视为运营死角的“负一层”和“最高层”,以餐饮为纽带、上下式互动,充当起汇集客流的发动机。

镜头二 聚焦综合型购物中心 “黄金比例”被打破

在集购物、休闲、娱乐等为一体的综合型购物中心,餐饮更是不可或缺的配套。对南京各大购物中心美食品牌了如指掌的益盆告诉记者,上月虹悦城周年庆亦推出“两人同行,一人免单”的活动,即使提前一天预约也没有抢到。

据虹悦城企划部负责人介绍,目前该购物中心包括知名人气餐饮品牌及国际餐饮品牌在内的门店有55家,品牌占比达到了25%。记者从水游城了解到,该商场进驻品牌超过50家,比重从25%提高到28%,在原有人气美食品牌的基础上,该商场也谋划将把越南菜、泰国菜、韩式等风味菜重新整合。目前已试营业的南京花园城汇聚了包括避风塘、晋家门、新石器在内的26家深受大众喜欢的餐饮品牌,餐饮占比高达33%。年底即将开业的江宁万达广场目前已经与41家餐饮品牌达成了合作意向,餐饮品牌占比达25%,面积占比达40%。这也印证了万达集团董事长王健林曾经说过的,购物中心不是卖出来的,而是吃出来的。刚刚开业不久的中央商场河西店,15个餐饮品牌的面积大约占到了商场面积的50%,餐饮与百货品牌的面积比接近1:1。从南京目前运营或即将开业的购物中心的餐饮占比来看,一般认为的购物中心“购物、餐饮、娱乐各为52:18:30”的黄金比例正在被打破,取而代之的是购物、餐饮、休闲1:1:1联袂主演的消费模式。

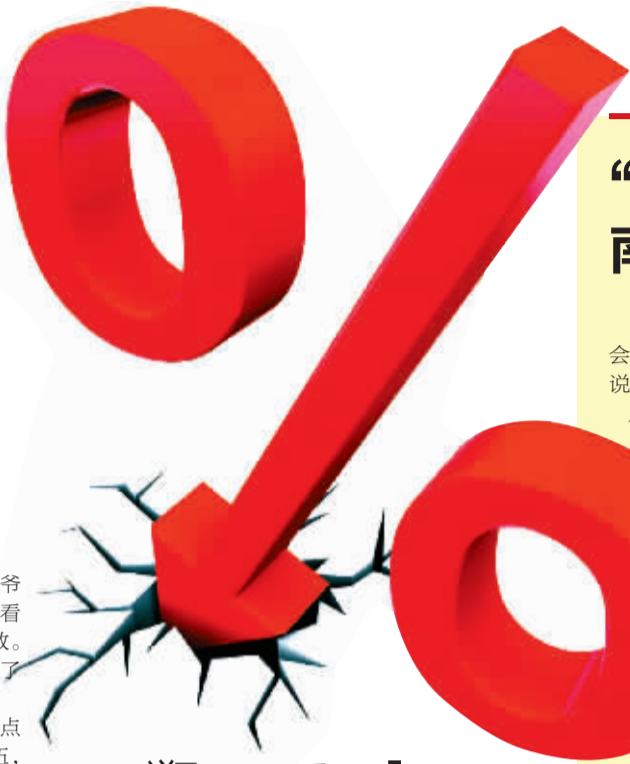
镜头三 聚焦专家观点

如何通过餐饮拉动业态运营

“相较于城市中心单体百货的垄断性地位,综合型的购物中心大都位于区域商业中心,通过百货业态进行集客具有一定的困难性。”南京问策商业管理顾问有限公司总经理苏晓晴告诉记者,具有低风险且收益更快的餐饮成为购物中心集客的重要手段。但是苏晓晴强调,由于餐饮消费具有一次性,如何通过餐饮拉动相关业态的运营也应成为商家考虑的重点。

基于此,虹悦城在打造“家庭消费”上下足了工夫,以期通过家庭消费形成环环相扣的消费链聚集客流,而即将开业的江宁万达广场更加注重品牌的体验性。南京花园城也加强了餐饮门店的体验感、商铺装修等,以此提升零售的购买率。此外,不少餐饮品牌在“跨界”经营上也做了大胆的探索,比如,虹悦城一跨四层的电梯,直达四楼餐饮品牌集中的楼层,刚刚调整后的大洋百货在三层、四层设有甜品、咖啡店,通过跨界整合,来提高人气。

现代快报记者 刘德杰



舌尖上的商业： 餐饮比例究竟要多高？ 逛商场，先就餐再购物

■曾经的黄金比例

52:18:30

■现在的发展趋势

1:1:1

“血脉喷张”惊呆小伙伴 南京商家周年庆玩噱头

“让您血脉喷张的年度盛会正式开打,这年头商家真敢说。”昨天,有网友在微博上传足以让小伙伴们惊呆了的周年庆宣传语,而这句出自南京大洋百货新街口店。

昨天下午,记者来到新街口大洋百货,门头“让您血脉喷张的年度盛会正式开打”的标语非常醒目。之所以用“血脉喷张”来描述,除了品牌参与度及折扣力度空前外,今年的集团12周年庆,也是南京大洋百货首次大力度调整之后的周年庆,此次调整后,二楼、三楼还引进了甜品、咖啡等,消费者在购物之余还能品尝美食。

每年的年中庆、周年庆、店庆等节点,大洋百货擅长玩噱头在南京商界已不是什么新鲜事,返券、换购、38小时不打烊等都出自大洋百货。“除了推出智会卡外,今年还首次尝试与大众点评网合作,推出12周年庆代金券团购,每92元现金换购100元,周年庆VIP专场及首六日使用,所团代金券全场通用且可参加活动。”大洋百货企划部负责人介绍,从10月18日起,大洋百货已提前为本次周年庆活动蓄水,VIP会员每1000元现金换购1100元,换购券可在周年庆VIP专场及首六日使用。

记者了解到,参与此次大洋百货周年庆的品牌的换货率也控制在20%到30%之间,消费者可以用最低的折扣力度买到当季的新品。除各品牌空前的折扣力度外,大洋百货还将推出购物满额赠礼等活动。此外,记者从金盛百货迈皋桥店了解到,该店皮草周已在上周日开幕并顺势推出了smart车展,提升了营销格调。针对皮草价位偏高行情,该商场集合了波司登、兽王、凯撒等国内外知名皮草品牌,主推买二赠一,为消费者提供一站式皮草购买服务。

除大洋百货周年庆,东方商城也迎来了13周年庆典,山西路的山百也将在本周迎来56周年店庆,老字号百货太平商场的66周年店庆也将在本周上演。“商场南楼运营18年来的首次调整已在十一前结束,外立面的出新也将在本月底结束,调整出新后的太平商场品牌时尚度有很大提升,但商场亲民、惠民的路线不会变。”太平商场营销负责人介绍,此次66周年店庆礼品的采购就花费近百万元。

现代快报记者 刘德杰

■新闻链接

东方商城13周年荣耀庆生 万元好礼全城分享

本周末,商场促销活动再次升级。遍布在新街口商圈的商场不约而同地打出各类大促销的旗号,折扣程度也迎来新高。凭借着品牌和价格优势一举夺魁的东方商城,再一次将周年庆的促销力度推向了高潮。记者在现场看到,男女装、男鞋、男包、内衣、床用588送258,888送418;化妆品兰蔻1280送200、3880送700;资生堂1000抵150;欧珀莱、欧莱雅、香水400抵60;黄金珠宝镶嵌类800减80~320;女鞋300抵150;女包1000抵100。10月18日-28日东方表行劳力士奢华名表展开幕,10月27日下午2-5点举行名表红酒品鉴会。周大福“臻美永恒”铂金对戒中国巡展(南京站)在商城1F开幕,铂金类消费满1000减80元,购两件或以上1000减100元,正价镶嵌类满800减120元。派高雁女鞋地中海风情秀将于10月26日在2F女鞋区热力开场,期待您莅临!

10月24日-28日,格罗尼亚、威可多男装现金满3888元赠指定皮带;依文男装满3680元/6680元送指定领带/指定丝巾;曼哈顿男装参与微信二维码扫描,原价立减300元。即日-28日,任意消费即赠精美背心袋(超市除外),每日限500份。全馆累计消费满888元或持商通卡累计消费满288元再赠店庆定制晴雨伞,每日限150把,单张小票限赠一把;全馆累计消费满5000元赠店庆定制春秋被,每日限50床,单张小票限赠一床;礼品不可兼得。10月26-27日,全馆单笔消费满888可参加整点抽奖,每日13:00-20:00八个整点以小票交易号抽取;赢40英寸液晶电视等好礼。

现代快报记者 闫英

