

# 凝结几代人的商业记忆 民族商业先驱与时俱进的“蝶变”



南京新街口，号称“中华第一商圈”，国内外零售企业不断涌入，根植于此的南京中央商场早已成为一块金字招牌，融入南京人的生活。如商场VIP顾客于女士所说，小时候陪妈妈逛，现在带孩子逛，逛中央商场已成为一种习惯。 现代快报记者 刘德杰

## 定格的消费记忆

就职于南京某外贸单位的于女士笑着告诉记者，上周四在现代快报上看到关于中央商场的报道，没想到中央商场马上就要过79周岁生日了，小时候陪妈妈逛的情形还记忆犹新，现在带孩子逛，逛中央商场已经成为一种习惯。

“记忆中，一年中最开心的时候，就是年关陪妈妈逛中央商场，记得有年春节，妈妈给自己买件羽绒服，不仅要凭票，还要托关系找人。”于女士告诉记者，那时候的中央商场就是时尚的风向标，

## 依旧亲切如初

其实，对中央商场的情怀已经融入到南京人的心中。“中央商场一直走在与时俱进的前沿，越来越有国际范儿。”在于女士看来，商场里进驻的化妆品、服装等品牌都是国际大牌，早已开始跟国际接轨。

记者了解到，除硬件的提档升级，中央商场在去年的4月份引进了柯罗芭、柯利亚诺等多个大女装及配饰品牌，继淑女女装品牌之后，职业女性也可以在这

里选购到适合自己气质的服饰搭配。

如果穿件从中央商场买的衣服，享受到得简直就是“众心捧月”的待遇。八九十年代，冰箱、洗衣机、电风扇等开始成为时髦家电，哪家能有台家电也是件很荣耀的事。于女士说，当爸爸把从中央商场买的17寸黑白电视机运回家时，伙伴们简直是左拥右护的状态，那台电视机看了好久，爸爸还舍不得换。

“如今，购物到中央已经成为家里的惯例，不论是升学还是婚嫁，人生中很多时刻，都有中央商场的印记。”于女士说。

里选购到适合自己气质的服饰搭配。

“中央商场二楼升级后引进的这些品牌简直是大爱，款式新潮不说，关键是让消费者体会到什么是量体裁衣。”于女士告诉记者，除了服饰品牌的提升，一楼也新引进了像兰蔻、雅诗兰黛、茉莉蔻等国际一线的化妆品牌，尤其是化妆品节的时候，买大牌化妆品价格比国外也高不到哪里去，关键是看得见，摸得着，品质有保障。



中央商场一楼纪梵希专柜

## 也开始玩新潮

在互联网零售条件下，“南京中央新街口店”微信号也成为VIP聚集的平台，顾客通过它第一时间获得最新的活动信息。“前段时间下载了中央商场的客户端，每天都有便宜的商品可以秒杀，价格也实惠。”于女士说，中央商场越来越新潮了，自己当然也要与时俱进。除了经常逛中央商场，也会在“云中央”网上购物平台上淘货，VIP卡里的积分也能在网上

实时兑换礼品。

记者了解到，在互联网思维对百货业的影响下，中央商场除了开出网上旗舰店外，还通过云中央平台拓展线上业务。此外，营销中也积极利用新媒体的优势，比如微信扫码、抵用券团购、电子会员卡等方式，在服务老顾客的同时，吸引了越来越多的年轻群体关注中央商场，增强了顾客的黏合性。

## “随手拍中央”赢大奖

中央商场79周年“传奇”庆典随手拍中央活动仍在进行中，加“南京中央商场新街口店”微信订阅号，输入关键字“中央商场79周年”上传随手拍的中央商场的照片或者送上一句祝福语，即可参与，有机会赢精美礼品。



参与活动  
扫描左方二维码

# 辣妈消费势不可挡

她们，代表着时尚 代表着潮流

马云说过的那句话至今让不少女性记忆犹新：马云表示感谢中国妇女，并称可以保证很多女人是为孩子、为老公买的，为爸爸妈妈买的，女人比男人考虑别人多多了。当下，不光是在互联网，就是在线下，女性消费也是占据了半壁江山，尤其是80后和90后新一代已婚女性，她们在家庭日常消费中占据主导地位，消费需求比较大，经济相对稳定，这在各大企业看来，这部分消费群体越来越为业界所重视，其消费市场常被企业称为“辣妈经济”。据了解，辣妈们的消费也是毫无章法、随心所欲的比较多，不信，就让我们在强大的辣妈群中随机挑选几位，分享一下她们的消费特点，看一看你中了没有！ 现代快报记者 蒋振凤



## 镜头1 情绪化消费型

采访对象：时尚小人精王俊浩的妈妈  
常去购物场所：中央商场 水游城 各大超市

★购物特点：女性消费很容易受到情绪的影响，别看有时候我们在漫无目的地逛街，感觉没有什么好买的，可是逛完街，你会发现自己已经买了一大堆东西了，这还仅仅是心情一般的情况下，如果遇到心情不好，尤其是有闺蜜陪伴的时候，那应该就是疯狂购物了，这就是女性情绪化消费。不要笑我，其实女人确实是一种感性的动物哦。陪闺蜜们逛街有时候也要各取所需，就在11月22日，我还陪闺蜜参加了美素佳儿以“快乐孕妈咪，健康好宝贝”为主题的快乐孕妈咪班活动，有闺蜜相伴的消费就是幸福！



## 镜头2 要时尚更要实惠消费型

采访对象：时尚小人精蒋经纬的妈妈  
常去购物场所：金鹰 虹悦城 家电市场



★购物特点：平时工作忙，大多在周末购物，虽然遇到商家搞促销活动的时候自己也忍不住去凑热闹，但是大多数时候是因为有需要才出手购物的。这不，最近有时间就逛家电市场，因为家里的热水器用了多年，入冬后，

感觉热水器越来越不给力，上个周末，终于下定决心买了，我买了林内旗下的即享系列燃气热水器。作为上班族，一般只有早上和晚上家里才有人在，林内即享热水器智能24小时预约模式，可根据自己的作息时间提供常用时段的水循环保温，无需使用时不会运行，帮助家里节约了很多能源。此外，在实际使用过程中，热水器的微电脑精确控制系统也令人赞叹不已，因为其设定的水温不会大于或小于1℃，完全不用担心会发生水温过烫或是过冷的问题。值得一提的是，即享热水器还支持远程遥控功能，这让我觉得非常方便和人性化。



## 镜头3 冲动消费型

采访对象：时尚小人精黄瑞雪的妈妈  
常去购物场所：新百 东方商城 街区专卖店

★购物特点：无论是去商场还是去专卖店，有两怕，一怕体验，二怕讲解。我们这一类型的消费者，一旦对好奇或者心仪的产品进行现场体验之后，一定会兴高采烈地把宝贝买回家，尤其是遇到实力派的销售员，现场一顿神讲解，自己一不小心就又冲动购物了，而且买回家之后，自己还会美滋滋地认为收获满满滴！

