

C消费

责任编辑:许可 电话:85310467



→ 4 第一拨秋装像足了夏装

→ 6 澳门八佰伴大促,娇兰代购速报名

→ 7 神奇抹布真那么神奇吗?

杭城商场调整瞄准了谁的钱袋子?

文/本报记者 钟兰

都说商场是城市流行的风向标,这几天,杭城商场又开始趁着淡季做调整了。百大引进了LV集团著名的化妆品品牌丝芙兰,一楼左侧巨幅广告上的红衣女郎红唇微启,颇具诱惑;解百下血本请来沪上著名的设计公司为其改头换面,希望提升百年老店的消费档次;杭州大厦更是提前启动07年的调整计划,为新大牌的入驻做好充分的准备……

调整 一切朝年轻人靠拢

对于这样的调整,大部分消费者都不会陌生。因为,从去年开始,商场调整的步伐一直在加快。羊绒衫商场让位于女装商场,白色家电被剔除出去,床品和内衣区域一而再地压缩,就连以前颇为看好的儿童商场,也得为休闲商场让位。银泰甚至单独为少男少女们设立了“青春休闲馆”,整座楼层都是专为18~25岁的年轻人服务的,前来购买的多半是学生模样的消费者。解百这个百年老店也在不断寻求革新,开始把注意力放到了年轻人身上。今年上半年,解百将自己西面的商场专门打造成“1918街区”,引进了ONLY、VERO MODA、JASONWOOD、LEVIS等一系列深受年轻男女喜爱的品牌。

新一轮的调整,商家仍然把眼光放在提升商场的品牌档次以及购物环境上。“上半年我们已经引进了碧欧泉、水芝澳这些很受年轻人欢迎的化妆品品牌,下半年还将有一个顶级化妆品品牌入驻。同时,经过这次改造,解百新世纪商场将呈现出更加时尚、专业的面貌,我们希望能吸引更多的年轻人来关注我们商场。”解百相关负责人说。

而百大此番引进的丝芙兰,更是一个深受20~28岁女性喜爱的化妆品品牌。“等到9月初装修好以后,消费者将体会到化妆品超市的概念,可以随意地在里面试用,可以随心挑选适合自己的品牌,应该能吸引到年轻人的目光。”百大相关负责人这样说道。

迷失 我买不到合适的衣服

“经过不断的调整,商场越来越时尚了,购物环境也越来越和国际接轨了。可是,这两年商场好象一味迎

合年轻人的需求,又是少女馆又是休闲馆的,像我这个年纪的人倒是很难在商场买到衣服了。尤其是这两年,商场动不动就调整,一调整就把我喜欢的牌子给调掉了。”33岁的杭州人樊小姐最近颇为苦恼。

樊小姐说,10年前她从欧洲留学回来的时候,觉得杭州的商场和欧洲的相比,也算非常时尚,她总能在商场里买到适合自己的衣服,逛商场在她而言就是最大的乐趣。而现在的她,收入比10年前翻了10倍都不止,却很难在商场买到适合自己的衣服。“年轻化的趋势太明显了,你看现在的银泰,的确很时尚很有个性,但当我站在满是蓬蓬裙、泡泡袖、蝴蝶结小外套的柜台的时候,我实在很茫然,因为,我已经33岁了,再装嫩似乎有点说不过去。三楼的淑女馆有几个品牌不错,但是品牌商好象更钟情于XS、S这样的尺码,当我必须穿L甚至XL时,服装的版型都已经走样了。杭州大厦有些品牌偏欧化风格,非常简洁大方,很适合我这样的白领一族,但是动不动就几千元一件的价格又让人觉得吃不消。总觉得现在的商场很偏向年轻人,难道说他们已经成为了消费的主力?”

消费冲动 比消费实力更讨商场欢心

一位在杭州百货业打拼多年的资深业内人士认为,商场的调整绝对不会是盲目的,肯定是紧跟市场需求的。“年轻化”、“时尚化”是商场活力的象征,它需要有这些年轻品牌来带给消费者“年轻、活力、变化”等等诸如此类的感觉,年轻人虽说消费实力不及中年人,但是他们有消费冲动,愿意跟风,也舍得花钱。从某种程度上来说,年轻人虽然实力不强,但他们的消费频率以及消费需求都比中年人要强很多。

一位商场负责人有着相同的观

点:“对于商场而言,人气就是财气。商场虽然看好中年人的消费实力,但是更希望能聚集更多的人气。这也是众多品牌愿意做年轻人生意的原因所在,因为年轻人非常有消费冲动,看见新的、漂亮的东西都想拥有。商场就是希望能吸引到这么一批人,以显示商场的年轻和活力。”

“除了年轻人,商场对时尚人群的关注也是近几年才有的变化。商家不仅要倡导人们去消费,更要营造一种时尚的消费氛围,鼓励大家去消费。”杭州大厦有关负责人说,商场也会根据市场的变化来逐步调整自己的定位。十年前,杭州大厦第一个引进大牌化妆品兰寇,又组建少女商场,这在当年也是非常时髦的。

“传统百货向现代百货转型最明

显的变化就是越来越‘年轻’。杭州大厦现在已经在第一次转型的基础上成功实现了第二次转型,眼光全部盯在中年人的钱袋子上了,年轻群体想在杭州大厦消费恐怕实力还不够。而银泰,明显就是年轻人的天下,20~28岁的女性肯定是非常喜欢去那里购物的,因为那里就是时尚、潮流的代名词。商场都在走当年杭州大厦靠吸引年轻人聚人气的路。”业内人士分析。

调整太快 中年人来不及转变消费心理

之所以杭州大商场会给普通的白领一族留下“东西不错,就是有点贵”的印象,杭州市贸易局市场运行处的相关负责人认为,这是因为杭州

的商场并不是专为杭州本地人服务的,它是为整个浙江省的消费者服务的。杭州商场已经成功实现了由传统百货向高档百货转型的目标,有些消费者恐怕还不习惯。

“人们收入的逐年增长其实是显而易见的,可能是消费心理和消费习惯还不能接受商场定位越来越高所带来的变化。”杭城某商场负责人认为,现在杭州的百货业早已不是原先意义上的百货业了,以前的百货商场是连针头线脑都要卖的“百货”商场,现在的商场则是紧跟自己的目标定位群做调整。比如说定位精品商场的,老百姓买不起很正常;而定位在潮流时尚的,中老年人肯定也很难找到适合自己的。这可能就是这两年商场变化加快给消费者带来的不适应。

