

消费·关注



建业凯旋广场中庭吊饰



泉舜购物中心中庭

中庭,中庭,客流源源不断,聚宝日进斗金 留白不白留 旺丁又旺财

□记者 曾宇凌 文/图

您发现了吗?最近购物中心里好看又好玩的活动越来越多了。以6月为例,泉舜购物中心举办了浪漫的“飞行器求婚”、儿童主题嘉年华等活动,建业凯旋广场在中庭举办的“百变女王大咖秀”和“超

级奶爸我最牛”活动……用“月月有主题,周周有活动”来形容中庭的热闹,再合适不过了。

洛阳晚报记者在采访中发现,中庭里的这些人气主题活动,不仅让品牌商赚得喜笑颜开,也让最终的大赢家——购物中心,挣了个盆满钵满。

1 留白之美,意境无穷

何谓中庭?中庭是指商业环境中非营业性质的开放空间,它对活跃空间气氛,丰富空间层次,调节空气流通,提升整个商场的档次,都具有非常重要的意义。

近日,洛阳晚报记者先后走访了建业凯旋广场、泉舜购物、万达广场、宝龙城市广场等发现,中庭高度大多在20米到40米,面积小的有100多平方

米,大的有数千平方米。

“不要小看这块留出来的空地,它既能呈现视觉上的美感,也能营造商业氛围。”泉舜购物相关负责人董泉孜说。

举例来说,多数人都有这样的体验:在某购物中心逛时,会被色彩炫目的吊饰、小桥流水的美景、创意无限的雕塑所吸引,进而对购物中心产生好感。

2 中庭经济,来势汹汹

随着我市购物中心运营的日益成熟,经营者们发现,中庭不仅能扮演“花瓶”角色,还能带来实打实的真金白银。洛阳晚报记者在采访中发现,来势汹汹的中庭经济,已蔓延至我市每一家购物中心。

那么,中庭经济包括哪些种类?“中庭活动一般分为人气活动、特卖会、静态展示三大类,前两类活动的占比更高些,人气也会更旺些。”泉舜购物一名工作人员说。

静态展示曾是中庭经济最常见的一种形态,比如服装品牌的应季展示、楼盘展示等。不过,服装品牌等静态展示已成“明日黄花”,其“宠妃地位”已被特卖会和人气活动所取代。

静态展示缘何失宠?“服装品牌展示的租期长、租金低,吸金效果远远比不上特卖会和人气活动。”一名业内人士道出了

其中原委。

“不要小看看似上不得台面的特卖会,它可是品牌商吸金的杀手锏。有些受消费者欢迎的品牌,在中庭做一周特卖活动的营业额,相当于平时好几个月的营业额。”一名业内人士透露。

人气活动主要包括主题展、互动活动等。这类活动的重要功能就是聚焦人气,提升卖场形象。比如6月27日《变形金刚4》上映当天,建业凯旋广场联合雪佛兰汽车在外场和中庭举办了以“变形金刚”为主题的活动,4米高的擎天柱汽车机器人,为商场赚足了人气。

中庭总面积有数千平方米的泉舜购物,对利用中庭做文章也颇有心得。从上月开始,他们就利用独有的超大面积中庭资源,策划了一系列以“水晶之恋”为主题的人气活动,本文开头提到的“飞行器求婚”就是其中之一。

3 日进斗金,丁财两旺

受品牌商热捧的中庭经济,不仅让购物中心的经营者们尝到日进斗金的甜头,还给他们带来滚滚客流,可谓丁财两旺。

洛阳晚报记者在采访中了解到,购物中心中庭活动租金周一到周四一个价,周五至周日一个价,周末价高于平日价。

在上海、广州等沿海城市,购物中心中庭的日租金在4万元至10万元。在我市,这个租金要稍低一些,一般来说,开业时间较长、客流稳定的购物中心,中庭的周末日租金在1.5万元至2万元,开业时间较短的,周末日租金在1万元左右。

重在打造体验氛围的中庭经济,让购物中心收获了大量客流。建业凯旋广场相关负责人说,以6月和7月为例,他们基本每周都有人气活动,每场活动都能吸引三四千人参与和观看。



百变女王大咖秀活动现场



安德莉亚儿童嘉年华活动现场



超级奶爸活动现场

4 必争之地,花样百出

随着人气活动的优势日渐凸显,中庭的租金已有水涨船高之势,但品牌商们仍趋之若鹜。与此同时,为了刺激消费者的消费欲望,品牌商们无不拿出看家本领玩营销,可谓花样百出。

6月中旬,建业凯旋广场举办了“超级奶爸我最牛”活动,吸引数百名奶爸报名参加。在比赛过程中,看着奶爸们抱着塑料娃娃有模有样地喂奶、换尿布,台下观众哄堂大笑。在这之前,建业凯旋广场联合服装、彩妆、造型等品牌商举办的“百变女王大咖秀”活动,也让很多消费者印象深刻。此次活动期间,不仅品牌商赚得心花怒放,建业凯旋广场餐饮商家的营业额也迎来爆发式增长。

与我市其他购物中心相比,泉舜购物中心在中庭面积方面优势明显。它共有9个中庭,其中东西两侧的中庭面积最大,各有1000余平方米。

“开业两个多月以来,我们的中庭活动一直没断过,比如联合安德莉亚举办六一儿童主题嘉年华,联合某婚庆公司举办了轰动一时的‘飞行器求婚’,承办斯柯达明锐上市发布会,还有汉堡王大胃王比赛等。这些活动,从主题到策划,再到包装形式,都各有千秋,从现场反馈情况来看,效果都很不错。”董泉孜说。

显而易见,在寸土寸金的购物中心里,中庭已经由最初的留白之美,逐渐变成新的吸金法宝。一些新建的购物中心不惜下血本,留出大面积的中庭区域,希冀这些留白之地将来能成为吸金主战场。从目前的情况来看,中庭的经济价值,正在朝着商家预想的方向走。