

节日未到 气氛渐浓

我市多家商场备战圣诞节

本报讯“你看，这圣诞树真好看，咱们一起拍个照吧。”昨日，在市区鹰城世贸广场门前的一棵圣诞树引来了不少市民围观拍照。虽然离圣诞节还有20多天，但鹰城的各大商场早已开始着手迎接圣诞节的来临，各种装饰也让鹰城的圣诞气氛渐浓。

昨日上午10点，在市区丹尼斯百货华府店内笔者看到，五彩的气球已经挂满了整个商场的柜台与电梯，一棵棵挂满“礼物”的小圣诞树整齐地摆放在柜台旁。在商场的中厅位置，垂吊着的五彩花灯与装着“圣诞老人”的热气球相互辉映，各楼层间摆放的小雪人与圣诞树，让每位进商场的市民提前感受到圣诞节的气息。

据该商场有关人士介绍，目前该商场彩灯总数已经达到四十余种，未来几天还将继续布置有关圣诞节的装饰，商场希望通过别出心裁的布置，让顾客感受到商场的诚意。

在市区双丰商城、鹰城世贸广场等几家大型商场内，圣诞气息也同样浓烈，各家商场都利用彩色气球与圣诞树进行了装饰，吸引了不少市民围观、拍照。在市区双丰商城，市民李女士从进商场起一直没闲着，一会儿跟男友与圣诞树合影，一会儿摆pose自拍，玩得不亦乐乎。

“为了迎接圣诞节，我们上周



12月3日，在市区一家商场里，挂满彩球的圣诞树让市民驻足观看。本报记者 李英平 摄

末加班到半夜。”市双丰商城有关人士表示，圣诞节是商场一年中最重要的节点之一。由于圣诞节

临近年底，不仅是冬装清仓、春装上市的时期，也是一年中冲刺全年销量的时刻，因此各家商场除

了把商场装扮得有节日氛围，同时还会推出一系列的优惠活动，让市民落得实惠。（张五阳）

购物节轮番来袭 电商榨干消费能量？

在创造了912亿元天文销售数字的“双11”过后，淘宝的“双12”也将带着中小卖家的热情粉墨登场。如果再算上跨境电商集体打造的“黑色星期五”，和阿里巴巴明年1月全新打造的“年货节”，今年年底大规模的电商大促将达到4场之多。

在高频率的电商大促下，消费者的热情与荷包都快要“燃烧殆尽”。面对一堆还没拆完的“双11”快递，许多消费者都在问自己一个问题：“我还有什么可以买？”

从“一过性狂欢”到全方位涉足

以“双11”为例，各大电商从10月底就已进入“狂欢”状态，各种预售更是极大地满足了消费者的诉求，做到“有求必应”。

而让线下商家深感寒心的是，电商的品类在扩张，战线在拉长。过去“有幸”没有被电商触及的领域，如跨境电商、农村电商、生鲜电商等都成了今年电商们瞄准的“新宠”。由亚马逊、洋码



头、网易考拉、小红书等跨境电商玩家共同打造的“中国版‘黑色星期五’”，所有中国消费者在国外旅游时可能购买到的商品，包括奶粉、奢侈品皮包、化妆品、电饭煲等，全都可以在此时通过极低的价格买到手。而阿里巴巴策划在明年1月推出的“年货节”，也是瞄准了春节前这个消费旺季，意图把农村电商的特色产品最大限度地兜售出去。

是带动消费？是榨干能量？

电商大促的热闹劲儿，或许是中国市场的独有风景。但在电商的发展过程中，关于它引爆的是否都是正能量，是带动消费还是榨干能量，已经引发国内外经济学家的集体思考。有国外专家认为，商业有其基本规律，它的作用不是指买卖商品，而是把公众吸引到大街上去，使城市产生巨

大的活力——当人们为了购买一件满意的衣服而满大街寻找的时候，很可能发生远超一件衣服价值的“随机消费”，而这些逛街的行为，会为整个城市注入活力，这是重要的城市景观。他认为，电商绝不是拉动消费的好办法，而是在“截流”消费力。

对此，阿里巴巴集团中国零售事业群总裁张建锋表示，中国的市场不缺消费力，缺的是有效供给和有效需求的匹配。三四线城市的白领或者大妈，或许在小城市里购买不到心仪的商品，而网购的出现，则为他们增加了选择和消费的场景，这是实实在在的消费力提升。从长期看，网购也为高端商品提供了肥沃的土壤，使创意和生产得到有效匹配。

复旦大学管理学院企业管理系主任苏勇说，电商大促虽在一定程度上提升了消费力，但也造成了巨大的消费浪费。他认为，中国的电商应该从中低端商品的低价诱惑中走出来，提供更加个性化的消费选择。（晶卉）

播种爱心 成就梦想

“掌合天下”宝丰运营中心向马街小学捐书

本报讯 能像城里的孩子一样有个图书室，这是宝丰县马街小学全校师生共同的愿望。12月2日上午，掌合天下超市订货网宝丰运营中心为马街小学捐赠了千余本课外读物。

马街小学位于宝丰县杨庄镇马北村，学校条件有限，配套设施有待完善，学生课外读物稀缺。掌合天下超市订货网宝丰运营中心花费5000余元，购置了1000余本课外图书，全部赠予马街小学，以满足学生的知识需求。此外，该中心还另花费4000余元将学校原会议室装修改建成焕然一新的“掌合图书馆”，图书馆于捐赠当天正式投入使用，学生们迫不及待地围坐在桌子前捧着新书看得津津有味。据了解，宝丰县团委、宝丰县食品百货经销商协会、宝丰县青年创业协会共同参与了此次捐赠仪式。

据掌合天下超市订货网宝丰运营中心负责人介绍，乡镇小学条件都比较有限，因此该中心在办好企业经营的同时，也希望能通过捐赠图书这样的善举来回馈社会，让处于启蒙阶段的学生获取更多的知识。在未来，该中心还将继续不定期为其他乡镇小学进行捐赠。（张五阳）



金伯利钻石红酒品鉴会真精彩

12月2日傍晚，金伯利21周年VIP客户红酒品鉴会在市区金伯利钻石旗舰店举行，受邀的VIP客户及嘉宾们来到现场品尝美酒佳酿、欣赏精彩的花式调酒表演。在大家共同见证和祝福声中，金伯利钻石度过了21周岁生日。（范丽萍 摄）

I DO珠宝会员可免费看电影啦

昨日，家住市区建设路四段的张女士意外接到了来自I DO珠宝店邀其免费观看影片《杜拉拉追婚记》的通知，刚开始还有些迟疑，后来她到I DO珠宝专柜一问，原来真的是意外惊喜，并顺利地领到了观影邀请函。

据I DO珠宝店有关负责人介绍，免费观影活动是I DO珠宝本月在鹰城开展的第一场会员回馈活动。凡是I DO珠宝的会员凭付款凭证均可到该品牌鹰城世贸专柜、丹尼斯华府店专柜、丹尼斯开源店专柜领取邀请函，免费观看《杜拉拉追婚记》，观影时间12月5日下午3点。不是会员的朋友也不要灰心，凭《杜拉拉追婚记》电影票根进店试戴还有机会获得I DO礼品一份，礼品有限，先到先得。（范丽萍）

休闲、时尚、美食、娱乐，一个都不能少

鹰城世贸7·1视界购物中心为改变鹰城而来

自上周五本报刊登鹰城世贸7·1视界购物中心即将入驻鹰城的消息后，引来了不少市民的好奇：到底该购物中心的MALL商场与传统商场对比有着什么优势？笔者近日采访到了鹰城世贸7·1视界购物中心有关人士，为市民答疑解惑。

打破传统购物理念

据该购物中心有关人士介绍，MALL商场与传统商场最大的区别在于它的多商业业态化，消费者进入购物中心中，面对着餐

饮、娱乐、时尚、办公等多种商业类型，各种特色主题餐厅、茶座、咖啡厅、游乐场等一个都不能少，让消费者足不出商场，即能满足日常各类需求。

MALL商场重点体现在“体验”方面，宽敞的购物通道、绿色的生态环境、柔和的灯光音乐等，都能给予消费者一种身心舒畅的体验，即使不购物，也一样可以在休息区、美食区度过休闲时光。在鹰城世贸7·1视界购物中心地下1层专场，还专门为消费者创造出了一片绿色的天地，让消费者

身处精致时尚的绿色生态环境中，传统商场很难做到这一点。

高端品牌紧跟一线城市

在鹰城世贸7·1视界购物中心拥有地上5层、地下1层，每层都有一个独特的主题。

该人士介绍，地下1层主题为“Q市集”，地上1层主题为“时尚控”，2层为“新潮派”，3层为“悦生活”，4层为“尚都汇”，5层为“美食客”，各层都配套了休息区域。其中购物中心内还加入了只出现在大城市中的“快速时尚”这

一新颖的服装类型品牌。

据了解，“快速时尚”源自于20世纪中叶的欧洲，它是对时尚服饰企业对秀场的时尚设计的快速反应，能够使消费者迅速地知晓时尚潮流。目前已有“MJ style”“NEW LOOK”“US”等品牌加盟。

该人士表示，未来的消费者会更愿意为体验、环境、情感和服务买单，突出体验性、多元化的MALL商场，必然会促进鹰城商业的变革，开启MALL商场时代。（张五阳）