

既要满足物质消费,也要放飞灵魂,满足精神需求。

购物月期间,西工区联合各城市书房、王城公园、上阳宫文化园等文化场所推出丰富多彩的文化服务,获得消费者积极评价。

购物月活动期间,西工区11个城市书房每天营业12小时。其中,建业凯旋广场城市书房位于5楼东北角,面积约210平方米,提供4000余册藏书;王城公园城市书房藏书5000余册,紧挨王城公园凤湖,面积约130平方米,提供儿童专用阅读区、成人阅读区、文创产品区等,并新增了饮品区,满足读者的消费需求;王府井城市书房位于王府井百货4楼内,藏书量4000余册,并提供有畅销书籍和文创产品销售。

一间间处于商业繁华区的城市书房为居民提供了阅读休闲空间,也为广大消费者提供了可以休息的“消费驿站”,获得广泛好评。“孩子和老公在城市书房看书,我可以安心逛街了。”在王府井百货购物的刘女士说。

文化表演也有新亮点。在去年成功举办的首届上阳宫盛唐文化艺术节基础上,第二届上阳宫盛唐文化艺术节将于2月5日(大年初一)启幕。

艺术节期间,既有武皇巡游、武皇迎宾等古装表演,还有豫剧、曲剧等戏剧节目,其中百姓大舞台环节还将举办才艺大比拼活动,非遗项目洛宁花鼓高跷、舞狮等民俗社火表演也将精彩上演。此外,上阳宫还将利用各种特色造型组灯等进行亮化提升,将园区打造成五彩缤纷、美轮美奂的梦幻世界,实现现代元素与古风元素的完美融合,营造浓厚的节日氛围,实现消费者体验优化提升。

转得方便,购得实惠,玩得开心。随着购物月活动的深入推进,“今年过年,西工转转”已悄然从口号成为现实。购物月活动成功集聚起多方资源,为企业搭建了拓市场、促销售的平台,进一步满足了人民群众物质文化需求,让商家得市场、群众得实惠、经济得发展,必将强力带动西工区商业强区地位迈向新高度。

(章瑞欣 吴言)



新春消费明显升温 宋海涛 摄

“转转卡”领取数量破万张,各商圈销售额较往年大幅增长,文化消费活动异彩纷呈……

2019年西工区休闲购物月活动持续释放新春“消费力”

“西工转转”受热捧 迎春消费更繁荣



《西工转转》吸引了中外游客 赵普 摄

随着内需成为拉动经济的主引擎,扩内需已成为稳增长的必由之路。

为进一步促进消费引领,巩固商业强区地位,提升商贸企业在豫西地区的影响力和辐射力,西工区于1月28日正式启动了以“今年过年,西工转转”为主题的2019年西工区休闲购物月活动。

活动调动了各方面相关力量,涉及行业多,时间跨度长,促销力度大。截至1月31日,“转转卡”领卡数量达17934张,摆渡车乘坐数量突破2000人次,各大商圈新春消费大幅升温。购物月活动成功激发了新春消费热点,有效释放了居民消费需求,一场红火热闹、异彩纷呈的“消费盛宴”正在西工区上演。

立体推广

消费政策惠及广大人群

常年在江苏无锡工作的吕女士,近期与外国朋友回洛过年。在中央百货购物时,商场客服部经理李东辉向他们详细介绍了西工区购物月活动优惠内容。用手机简单操作后,吕女士顺利领取了“转转卡”。

“没想到卡里有这么多优惠。领取一张,多个商场通用,今年过年可有的转了。”吕女士兴奋地说。

据介绍,此次活动“政府搭台、商家唱戏、市民优惠”,除联合各大商场进行活动推广外,西工区还采取宣传手册、报纸、电台、微信公众号、户外大屏等方式进行立体化宣传。

截至目前,该活动已通过3家广播电台、27家网络媒体平台、7个“大V”号、2个户外大屏、970台户外楼宇电视进行推广,并吸引《洛阳晚

报》等媒体关注。同时,西工区还通过印制2万份不粘贴标识、2000份宣传手册、1400份宣传广告等对活动进行推广,宣传范围覆盖全市,覆盖人群在9万人以上。截至1月31日,被领取的西工“转转卡”数量达17934张。

7大商家紧紧把握购物月活动带来的消费商机,推出本会场专属“转转卡”优惠活动,上下联动形成合力,取得良好效果。

中央百货推出了百元服装礼券活动,消费者凭“转转卡”可兑换100元纸质券,在2楼到6楼专柜使用。

“真的是‘转转卡’优惠到哪里,哪里的商品就热销,自活动开展以来,服饰销售开始唱‘主角’。”中央百货营业企划部经理高鸣华激动地说。

人流会聚

带动新春消费持续升温

2月1日,暖阳高照。

“交通很方便,不仅有免费停车场,还有摆渡车在各个商圈之间穿梭,免去了停车的烦恼。”在金沙广场停车场,手里拎着大包小包的郭女士赞不绝口地说。

65岁的袁奶奶经常坐公交车到王府井超市购物,听儿子说过节期间有免费摆渡车可以乘坐,就马上感受了一下。“这车不错,样子别致,空间大位置多,直达王府井超市。没想到今年去超市买年货也有了‘专车’。”袁奶奶的话语中带着欣喜。

免费摆渡车自1月28日开通后,截至1月31日乘客超2000人次,让消费者有了一个绿色出行新选择。此外,免费停车场的设立,减少了西工区道路的交通拥堵,各大商场内部停车场的停车压力得到了有效缓解,商场周边乱停乱放的现象也得到了改善。

免费停车场和免费摆渡车的推出,大大提升了消费者来西工区消费的意愿,为参与活动的7大商家带来了额外人流量,促进了新春消费大幅升温。

这几天,尽管还没到春节假期,但在洛阳王府井百货、中央百货、建业凯旋广场等各大商

场,人流量已较活动开展之前大幅提升,营业额较往年平均水平有所增长。

在建业凯旋广场,不少家长带着孩子在商场内穿梭游玩。“随着幼儿园、小学等相继放假,亲子消费已经提前升温,购物月活动举办得正是时候,小年当天的营业额是去年同期的两倍以上!”建业凯旋广场运营部经理乔森说。

“此次活动有效刺激了市民的消费欲望,小年以来的营业额较去年同期提高了两成以上,超乎我们的预期!”洛阳王府井百货副总经理翁捷说,“今年的消费热点集中在化妆品、超市等领域,整体上增长呈全面开花的态势,给商场实现首季度‘开门红’开了个好头。”



商场为消费者兑换“转转卡” 宋海涛 摄

