

论到合肥滨湖未来,不少人看好金融港、商务中心这条路线。但要稳健发展,滨湖必须让商业繁荣、令人气聚集,为居民开辟全新的休闲生活。而作为滨湖,乃至整个中国中部地区最大的单体式购物中心,合肥市世纪金源购物中心不断升级调整,全力满足滨湖发展以及居民购物的需求。7月,世纪金源购物中心B区1层升级改造完成即将绚丽绽放。

■ 邹传科



世纪金源购物中心B区1层绚丽绽放,时尚潮流购物首选

世纪金源:潮流时尚集结起航

实践商海中摸索出的真理

滨湖从来不缺人气,缺的是一块能够将人气聚集,将都市生活点亮,将滨湖与闹市区无缝对接的商业圈。2009年,世纪金源集团带来“在滨湖我们造城”的理念,填补滨湖商圈的空白。而想要立足商海谈何容易,世纪金源购物中心在商海中摸索出来的真理便是与时俱进,主动升级、主动调整。

从适应、培育商业,到发力、回馈消费者;从刚起步发展到追求更高品质,每一年,世纪金源购物中心都找准一个基本定位。虽然“打造体验氛围浓、消费品质高的一站式购物中心”这个基本点始终不变,但是多年来,这里的品质在提升、品类变齐

一切围绕消费者升级定未来

无论是与时俱进、主动升级亦或是主动调整,背后最大的动力还是来源于洞察消费者的购物变化和迎合消费者的需要。

“满足消费者日益增长的购物需求,为消费者带去绝佳的购物体验,这是世纪金源购物中心此刻升级改造的初衷,也将是世纪金源购物中心未来努力的目标。”合肥市世纪金源购物中心总经理林仕星认为,经营企业要“内外功兼修”,世纪金源购物

B区1层迎来华丽蜕变

从商海中摸索出来的真理,只有经过实践的洗礼才能光芒不息。近两年,很多消费者对世纪金源购物中心感受最多的就是品牌在升级,结构在调整。仅在2013年,整个购物中心的500多家商户,就调整了200多家商户。商户调整的目的是提高购物中心体验式氛围,更好地为顾客服务,满足顾客的需求。时间进入2014年7月份,随着B区一层升级改造结束,世纪金源购物中心再次迎来一次华丽蜕变。

“2010年10月1日,合肥市世纪金源购物中心开业之初,当时滨湖地区还是个

多重好礼缔今夏购物首选

7月5日-7月6日,世纪金源购物中心B区1层绚丽绽放。

据悉,开业期间包括GXG、La Chapelle、Mark Fairwhale、Topfeeling、Ck、Levi's、衣百集、纽上男装、感恩小栈等时尚潮流品牌集结。而开业期间,更有让人大饱眼福的人体彩绘艺术、真人雕塑以及精彩的时装秀。同时,开业期间世纪金源购物中心为回馈消费者,倾情打造以“夏日

全、体验更丰富。

“短短几年时间,合肥市世纪金源购物中心在探索前进中蜕变、成长,它见证着合肥滨湖的成长。”在合肥市世纪金源购物中心总经理林仕星的眼中,购物中心并不仅仅是一片钢筋混凝土铸造的建筑,它是有生命力的SHOPPING MALL,源源不断的活力被注入到世纪金源购物中心。

无论面对的是机遇,还是挑战,世纪金源购物中心始终坚信从商就如做人。“我们克服客观条件上的不足,让消费者获益,让商户赚钱。正如我们企业信仰‘好企业、招好人、育好人、做好事、有好报’。”

中心通过整合资源,实现整合营销模式,带动各商户一同开展商业活动,目睹购物中心逐渐递增的人气,最终能够实现扩大整体品牌的知名度与影响力。

随着合肥市经济发展水平和居民消费能力的不断提高,新的消费观念和新的生活方式正在不断升级,合肥市世纪金源购物中心将开始进入到深化和细化的全新发展阶段,进入到向体验式消费、生活化服务转变的新时期。

待开发的区域,人均消费水平有一定局限。”世纪金源购物中心有限公司招商总监金丽丽介绍,2012年以后,市场发生变化,购物中心也逐步开始进行一些转变,无论是营销策略,还是品牌,都在走向多元化。“购物中心从2013年开始就已经在做整个品牌升级的规划,其中涉及到的最大的一块区域是B区一层。”金丽丽表示,世纪金源购物中心B区一层作为示范点,初期就定位为潮牌时尚店的集合点,这里将集结安徽市场销售业绩排名靠前的、品牌知名度在业界有口碑的品牌。

fashion购”为主题的感恩活动。活动期间全场4折起。感恩小栈充100送20、三星体验店购指定机型话费3折、GXG法国精品服饰全场8折起、Levi's全场折扣冰点一口价、Mark Fairwhale全场8.5折起,满688再送电影票2张、Calvin Klein美国精品服饰全场4折起以及La Chapelle精品服饰全场6折起。除折扣优惠外,购物中心还将进行购物满额再送礼活动。

阅读延伸: 部分品牌展示



La Chapelle

精致优雅·魅惑智慧,风格独树一帜,崇尚精神性的外在表达,时尚浪漫、追求内涵,探索真实的美。

GXG

法国GXG品牌公司创办于二十世纪七十年代末,一家专业从事都市高品味休闲服装经营的设计公司,他崇尚永恒和经典的大气主流风格,在产品中较多应用一些流行的面料和时尚的艺术来演绎男装中经典的款式,体现了大气而不老气,简约而不简单。



MarkFairwhale

马克华菲家族的重要成员—马克华菲 JEANS 男装,为每一个爱美的人设计,传递一种有型的生活方式。他在寻求一种蜕变,缺仍然是那个阳光洒脱又浪漫的俊美男子,自我独立又不失亲和力的率真魅力是他最原始的基因,永远为自己的精神理想努力寻找新的空气,阳光与生长的养分。

衣百集

衣百集(EBOOGE)是专为25-45岁的时尚男性打造的;是设计给机敏,明智,受过良好教育,热衷社会活动的都市轻熟男的专属品牌,穿着衣百集的男人是对现代服装有着自己独特的感受的男人,同时也是关注时装市场趋势的现代男人。

Calvin Klein

Calvin Klein 是美国第一大设计师品牌,曾经连续四度获得知名的服装奖项;旗下的相关产品更是层出不穷,声势极为惊人。Ck一直坚守完美主义,每一件 Calvin Klein 时装都显得非常完美。因为体现了十足的纽约生活方式。



Levi's

Levi's 作为牛仔裤的“鼻祖”,象征着美国野性、刚毅、叛逆与美国开拓者的精神。它历经一个半世纪的风雨,从美国流行到全世界,并成为全球各地男女老少都能接受的时装。靛蓝牛仔斜纹布、腰后侧的皮章、裤后袋上的弧线、铆钉、独有的红旗标等都是 Levi's 的特点。



纽上

纽上创建了以时尚男性为对象的品牌男装。纽上品牌倡导积极乐观的人生态度,坚持以人为本的理念,重新审视生活的本质,纽上品牌推崇朝气活力、轻松闲适、优雅得体的设计理念,从使用者的角度巧妙平衡外观与功能,通过对别出心裁的运用以及对品质的细致考量诠释时尚,令平凡的生活品质变的不简单。

Topfeeling

TOPFEELING 卓越、领先、追求国际时尚同步,价格平易近人,同时为消费者创造最具个性的舒适购物氛围,使得消费者能在 TOPFEELING 得到更多搭配体验和乐趣!