

业绩双双增长 形式丰富多样

新区上半年百货购物中心销售额超百亿元



各大商圈开展的主题营销活动,拉动了销售额的增长。 □见习记者 郑峰 摄

本报讯(见习记者 姜天瑶 记者 许素菲)近日,浦东新区商务委下属商业信息中心发布了上半年新区百货商厦、购物中心业态的经济运行分析。数据显示,上半年新区百货商厦、购物中心的累计销售额达到119.5亿元。

累计销售额近120亿元

在累计近120亿元的销售中,百货商厦业态累计实现销售业绩31.02亿元,同比增幅5.18%,在最近一年中销售额最高峰出现在今年1月,达到6.31亿元。购物中心业态累计实现销售业绩88.49亿元,同比增幅20.31%,总体运行呈现一季度大幅上涨、二季度稳中有升的态势。

近两年百货商厦的业绩并不乐观。经过分析,新区百货商厦的业绩能够出现增幅,首先受益于上半年较为密集的节庆经济拉动,各大商圈纷纷推出主题营销活动,全力满足消费者的消费体验和个性化的消费需求;其次,新区的实体商业在与本土电商和海淘代购的竞争中已日臻成熟,正充分发挥“体验式消费”等自身优势吸引中高端消费者。

在经历了多种不利因素的考验后,企业的经营者们对于“互联网+转型创新”的

经验也不断丰富,大部分样本监测企业对2018年的经营状况持谨慎乐观的态度。

购物中心业态出现增幅20.31%的大幅增长,除了节庆类消费的有力拉动和商业企业促销活动给力,还因为上半年新区新增了3家购物中心并被吸纳为样本监测单位,给同比数据带来增幅影响。此外供给侧改革给实体商业带来新的转机,经营者更加重视消费者的感受,体验消费也更接地气。

餐饮、专卖板块依旧强势

从上半年购物中心各板块销售业绩来看,排名靠前的几个板块分别是:餐饮板块29.42亿元,占比35%;专业专卖板块26.50亿元,占比32%;大卖场板块10.21亿元,占比12%;百货板块7.16亿元,占比9%。此外还有文化娱乐、美容美发等。前四项合计占比达到88%,是购物中心业态的主要业绩来源。

上半年餐饮板块的同比增幅达到24.71%,继续呈现两位数的高速发展态势。这其中,既有购物中心相比传统饭店能够提供更多的车位,方便消费者的因素,也有文化培训、亲子娱乐等其他板块的联动营销,自然带动餐饮人气旺盛的因素。

上半年专业专卖的同比增幅达到

15.78%,略逊色于餐饮板块。值得关注的是,专业专卖板块出现一季度大幅猛涨、二季度大幅回落的状态。销售额增长最高峰出现在今年2月,达到68.59%。

分析认为,一季度中跨年营销、春节和情人节效应助推商家业绩飙涨,但给之后的消费带来比较明显的透支效应,春节期间的快速返乡潮也对实体经济起到了促进作用。

特色营销活动全面开花

为拉动客流、促进消费,新区各大商圈的主题营销活动在上半年全面开花,如春节期间的一系列社区商业主题活动就受到消费者的好评,佛罗伦萨小镇的“花满爱,新春礼”活动让销售业绩同比大涨近四成;世博源的“新春游园会和幸福旺享季”让消费者感受到了浓浓的节日氛围;百联东郊推出苹果手机团购活动,拉动节前一周销售额同比增长超八成。

此外,各大商家纷纷开启“商旅文娱购娱”联动模式,借旅游、文化、娱乐来为购物中心造势,如不少商家推出的桃花节主题营销活动,包括桃花仙子大评选、品茗茶艺表演、大型歌舞表演以及购物送桃花节门票等,丰富多彩的活动形式拉动了眼球经济,受到消费者热捧。

百联借“纵夏生活节”探索新零售模式

本报讯(见习记者 姜天瑶 记者 许素菲)以“纵享夏日,乐在百联”为主题的第二届“纵夏生活节”昨日收官,百联集团集结了旗下多家公司、3000家门店,开展了百余场主题营销活动。

记者了解到,通过“纵夏生活节”,百联不仅为消费者提供优质的购物体验、优惠的购物折扣,而且通过整合线上线下资源、挖掘供应链优势,联合品牌商等多个维度

上,在探索新零售商业模式迈出重要一步。在本届“纵夏生活节”中,百联整合集团旗下丰富的产品资源、优质的品牌效应及一体化的物流体系,联合联华股份、百联股份、i百联、OK支付等企业,推出涉及百货、快消品、汽车、健康生活、家居等方面的一系列营销活动。

其中,线上活动包括满减优惠、定时抢券、拼团优惠、幸运转盘抽奖等促销活

动,让消费者足不出户即可享受优惠。线下不仅有各种各样的优惠活动,还有运动休闲、文化艺术、亲子娱乐等不同主题的特色互动体验活动,吸引了不少消费者的到来。

百联集团总裁徐子瑛表示,新时代、新气象、新消费,百联将不断探索适应消费升级新趋势的创新商业模式,顺应时代潮流,加快转型升级,更好地服务广大消费者。

上海新能源汽车上半年共推广21604辆

本报讯(记者 王延)记者日前从上海市经信委获悉,今年上半年,本市新能源汽车推广量增长迅速,推广数量达21604辆,2017年同期推广量为12779辆,同比增长了69.1%。其中,纯电动新能源汽车占比28.2%,私人领域推广量占比从一季度的60%激增至73%。

市经信委相关负责人表示,新能源汽车推广量实现快速增长,一方面是由于2018年本市新能源汽车鼓励政策及操作流程于2月份发布,发布时间相比2017年度早了2月,汽车生产企业较往年更早启动了今年的销售工作。另一方面,受国家新能源汽车积分试点的压力,更多的汽车生产企业开始研发生产新能源汽车,给予了消费者更多的车型选择。

截至今年6月,上海市充电设施平

台接入的充换电设施运营商增加到45家,已接入全市的公共及专用充换电设施共计60372个,其中公共充电桩30648个,专用充电桩29724个。据市电力公司统计,本市私人用户申请独立计量表并完成装表接电数累计已达61578户,仅2018年6月就达到2620户。

值得一提的是,通过“信用”创新的管理模式,进一步促进有限的公共资源向信用良好的群体流动,在新能源汽车领域继续取得良好示范作用。自2016年启动购车资格审核工作以来,已累计受理新能源汽车意向用户申请197551份,因各类税费欠缴信息、酒驾等信息、考试作弊信息、涉及财产纠纷的民事生效判决信息、不执行生效判决的信息以及从事非法客运信息等负面记录导致的拒绝申请1342份,占比0.6%。

东航与日航开启首次联营合作 携手深耕中日航空市场

本报讯(记者 李继成)近日,中国东方航空股份有限公司和日本航空公司签署了联营合作备忘录,双方确立新的战略合作伙伴关系,并在中日之间主干线及双方运营的国内航线上展开联营合作,携手提升中日航线的市场竞争力,共同为旅客带来更多、更好、更便捷、更具品质的航空旅行服务。

据悉,此次双方首次开启联营合作,不仅航线覆盖范围更广,合作程度也进一步加深。随着联营合作的开展,双方将会在常旅客、地面服务、集团客户共享、销售渠道拓展等方面展开全面合作。这也是东航首次面向高密度、多航点的国际短程航线开启联营合作,是一次全新的探索尝试,这将有助于为东航

今后进一步实施在各区域选择战略合作伙伴,提供新的实践路径和相关运营经验。

目前,东航是中日航线最大的承运人,东航执飞中日航线22条,连接双方26个航点,每周往返中日的航班达到522班。此次签约之后,双方将按程序申请政府审批许可,正式联营有望于2019年开启实施。后续,双方将共同致力于为旅客提供更多的衔接航班机会及更低的票价;通过服务合作对标,进一步推出高品质的服务产品,为旅客提供更加优质的服务。随着合作的深入,双方还将就进一步拓展合作、共享资源进行探讨,包括大客户、常旅客、贵宾休息室及管理模式等商务资源,持续提升中日线服务品质。

阅文、B站亮相China Joy

本报讯(见习记者 姜天瑶 记者 许素菲)在日前举行的第十六届中国国际数码互动娱乐展览会(2018 China Joy)上,浦东多家文创企业携最新成果亮相。

在阅文集团的展台,记者看到实体图书、QQ阅读电子书、电视大屏、周边玩偶等多种形式的展品,展示了其在原创文学、IP开发、网文出海等领域取得的一系列成果。

作为IP开发的基础,阅文集团现场展出了40余部优秀原创网络文学作品的国内及海外出版物,包括《全职高

手》《扶摇》《择天记》等,观展者纷纷驻足翻阅。此外,为体现针对IP的多渠道开发,阅文集团对《武动乾坤》《星辰变》《吞噬星空》等IP的影视改编作品、动画改编作品、游戏改编作品也进行展示。

哔哩哔哩(B站)则在N5展馆搭建了700余平方米的展台,并携《命运-冠位指定》《碧蓝航线》等多部作品参展,还提供多款游戏供观众试玩。此外,B站还展出了多种实物展品,如游戏《FGO》的CM线稿、特定点纪念画、角色服装道具、原声带试听等。

扔下的是垃圾
捡起的是品质

浦东时报 | 新闻热线:021-68540066
地址:上海市浦东新区丁香路716号B楼

扫一扫关注我们