消費新主義

現代商場各出奇謀，屢創購物新體驗

要尋找心靈慰藉，其中一個好辦法就是盡情購物！花一個下午流連商場，不但能獲得官能享受、精神大振，還可以買到自己喜愛的物品！即使只看不買，你也可以發揮無窮想像，幻想自己是一擲千金的大豪客！

其實，逛商場絕不是甚麼新鮮事物。根據文獻記載，早在十世紀時，伊朗伊斯法罕（Isfahan）的大型市集可能就是全球室內市場的鼻祖。今天，該市集繁盛如昔，遊人如鯽。這個當年的貿易重鎮，後來更成為中國與歐洲通商的絲綢之路的其中一站。

經過十個世紀後，在五〇年代美國汽車文化崛起和郊區人口大增的推動下，古老的市集演變成現代化的購物商場。今天，一站式服務的商場概念風行全球，與八〇年代提供靜態購物活動的傳統百貨公司不可同日而論。今天的商場就像雲石鋪砌的輝煌巨廈，帶來令人目眩神馳的全方位購物體驗。

香港素有購物天堂和零售業中心的美譽，形形式式的商場是本港市民的購物熱點，也深深吸引着來自世界各地的遊客。然而，今天的商場單靠時裝、美食、鞋履、新款電視機、美容產品和嬰兒服裝等，號召力已然不足。經營商場必須出奇制勝，才能在飽和的市場中突圍而出。

商場要增加號召力，除了設有兒童遊樂場、溜冰場、保齡球場等消閒設施外，更需不時籌辦如美食博覽會、有演藝名人參與的現場表演，以至競技活動、狗明星表演等多姿多采的娛樂活動。以前，商場附設美食廣場可能已經足夠，但現

商場的推廣活動，例如狗明星獻技和雜技團表演，為購物人士帶來豐富的娛樂享受。

在要有特色的主題餐廳食肆，才能迎合消費者的口味。

和黃地產副董事總經理徐建東說：「以前人們逛商場通常是有特定目的，可能是想買一份禮物給朋友，或者購置一些家居用品。今天，商場卻演變成一個假日消閒的好去處，逛商場已成為現代生活的一部分。」

一個商場的成功，關鍵在於基本設計及日常運作的每個細節都能一絲不苟。徐先生說：「首先，購物商場的裝修用料、設計、顏色和格局必須力求美侖美奐，才能達到消費者的期望。」

除了適當的硬件，商場還需要一支高效率的管理團隊，妥善照顧租客和顧客的需要。如何出奇制勝，那不妨向具有豐富商場營運經驗的和黃地產取經。公司在本港經營六個商場，多年來舉辦的商場活動，均獨具匠心，充滿創意。

以舖面面積達一百四十萬平方呎的紅磡黃埔新天地為例，商場推廣部從美國購入一台造雪機，於二〇〇四和二〇〇五年的聖誕期間在商場外的行人道上鋪上真雪，營造白色聖誕的氣氛。這個「真雪狂歡節」以雪人、雪球和冰砌滑梯作號召，獲得傳媒廣泛報道，並在四天期間吸引逾萬人進場。

去年聖誕，市民再聚集在這個商場，欣賞全世界唯一的狗明星雜技團—日本「Wow Wow狗奇藝團」的演出。狗明星表演奇趣的雜耍，其中一隻還會彈鋼琴呢！其他吸引大批觀衆的節目還有「大食一番爭霸戰」，比賽中一位「大胃王」在十二分鐘內鯨吞了一百個叉燒包，奪得冠軍。

和黃地產香港拓展及市務總經理梁泰來說：「舉辦這類活動一舉數得，除了提升商場形象外，還可以吸引更多人流，帶旺商店和餐廳食肆的生意。」

面對日趨激烈的競爭，商場不斷為購物人士提供多種形式的優惠，包括送出食肆折扣券、舉辦國際美食節，或與航空公司合作為高消費人士提供飛行哩數等，盡量強化商場的競爭優勢。

你知道嗎？

和黃地產集團第一個購物商場是香港仔中心商場，樓面面積三十四萬平方呎。商場於一九八〇至一九八二年間興建，後於二〇〇〇年翻新。

圖片（中）：DEBBY HUNG

然而，求新求變的又何止是香港的商場！在未來數年，和黃將大力發展在中國內地的商業零售項目，它必須和其他公司一樣挖空心思，滿足不斷增長的中產階級的殷切消費需求。

你知道嗎？

和黃地產集團最大的購物中心是黃埔新天地，總樓面面積為一百四十萬平方呎，商店超過三百家。

和黃的目標，是使集團在內地經營的購物商場於未來十年增加一倍。公司現正經營北京東方廣場、上海梅龍鎮廣場和重慶大都會廣場，並計劃在這些商業中心擴充業務，以及進軍深圳和天津等城市。公司其中一個主要項目——廣州西城都薈——將於今年開幕。

在內地經營商場，其中一項最大的挑戰是要對當地市場有透徹認識。徐先生說：「準確的市場定位極其重要，因此發展商務須尋覓最佳的商場位置。面對內地和海外發展商的激烈競爭，要突圍而出，我們必須做好家課，進行市場研究，為商場尋覓最恰當的地點。」

和黃地產中國市務總經理譚健旭說，內地商場舉辦的娛樂活動雖然比不上香港那樣多姿多采，但水平正在不斷提高，尤其是上海的商場。上海梅龍鎮廣場每年都舉辦不同推廣活動，如以往有恐龍展和國際劍術比賽，加強推廣聲勢。

譚先生說：「在內地，商場的推廣方針跟香港的有點不同，活動的重點是要爭取政府支持和弘揚愛國精

表演開始！

多年來，和記黃埔地產在香港和內地的購物商場舉辦了不少令人難忘的經典活動，以下是一些精彩例子：

- **跳躍水世界：**來自澳洲的The Flying Lotahs在黃埔新天地表演，從十七米高台躍進水深僅二點五米的水池，震驚全場。
- **「瘋狂入樽籃球隊」表演：**來自法國的「瘋狂入樽籃球隊」（The Crazy Dunkers）在黃埔新天地獻技，表演神乎其技的貫籃絕技。
- **我與海洋有個約會：**為慶祝九周年紀念，重慶大都會廣場展開為期一個月、以「我與海洋有個約會」為主題的活動，包括「海釣體驗」、「海龜餵食」等互動環節。
- **高處未算高：**上海梅龍鎮廣場舉行當地前所未見的疊羅漢比賽，獲勝隊伍疊成一個七米高的羅漢塔，令觀衆嘆為觀止。

有商場，齊歡暢：今天的商場提供全方位購物體驗，更舉辦競技活動、展覽等多姿多采的節目。

神。因此，在舉辦活動時，我們必須着意考慮企業的社會責任。」

中國內地的商場還需要處理冒牌貨的問題。和黃地產的員工定期檢查商場內售賣的產品，確保租戶符合消費者保障條例，而貨品也定價合理。這些檢查有助提高消費者的信心和商場的聲譽，讓購物人士安心在這些商場選購優質可靠的貨品。

內地和國際地產商正展開激鬥，希望在方興未艾的中國零售市場分一杯羹。徐先生預言，內地購物中心的水準將於五至十年內追上香港。

由和黃地產過往的成績看來，其即將發展的購物商場的成功將是意料中事，問題只是成功的程度而已。

你知道嗎？

和黃地產集團的經典之作為於一九八九年建成的黃埔號，仿船建於香港最大的船塢舊址，是黃埔花園發展項目的一部分。

服務就是一切！

黃埔新天地物業經理黃文香說，過去十年來，商場管理出現了翻天覆地的變化。

從前人們的生活比現在簡單得多。當時，商場只需聘請清潔工人保持環境清潔，並僱用護衛員保障顧客和租戶的安全。但今天，面對消費者有增無減的要求，商場經理必須八面伶儭，就像酒店禮賓人員一樣。

黃女士說：「我們的工作不只是保持商場正常運作，更要積極維繫與租戶的良好關係，另外還要盡力滿足顧客的需要。

「每個工作崗位都涉及一定程度的客戶服務，所以我們必須為所有職員，包括客戶服務員以至技工等提供完善的培訓。舉例說，很多購物人士會向保安員或詢問處職員查詢購買某些產品或服務的地方，他們必須能正確地回答和提供協助。」

黃埔新天地將「以客為尊」的服務文化發揚光大，其提供的服務已遠遠超越傳統商場管理的範疇。黃女士解釋說：「我們從小處着眼，凡事用心處理。例如，顧客可以向我們借用嬰兒車和輪椅；我們還提供藥水膠布和針線包、賣郵票，甚至為顧客翻熱奶瓶等的服務！」