

# 郑州购物中心新春美陈氛围装饰-美陈设计制作工厂

产品名称	郑州购物中心新春美陈氛围装饰-美陈设计制作工厂
公司名称	济南大将文化传媒有限公司
价格	.00/个
规格参数	
公司地址	山东省济南市历下区解放路
联系电话	0531-88939681 18615567566

## 产品详情

郑州购物中心接连点亮“岁末档”引爆流量收割大战

转眼又到岁末，作为各大[购物中心](#)

重磅“流量担当季”，其随之而来的“节日经济”驱动效应不言而喻。各大商场、购物中心不惜花重金，在美陈、营销方面重拳出击。

对于郑州各购物中心来说，从11月初，岁末档狂欢仪式就已陆续开启。从熙地港、大卫城、国贸360等项目来看，除了必需的节日装扮，各大商家还各自凭着独树一帜的营销手段试图吸引更多客流，创下更高销售纪录。

线上线下“花式”营销，熙地港率先开启岁末档

11月17日，郑州熙地港购物中心率先开启节日狂欢，比去年提前整整一周，拉开郑州购物中心岁末档的序幕。不同于去年的冰雪主题，今年岁末档，熙地港把来自北欧的全景式童话小镇搬进了商场，通过外籍潮酷DJ、调酒师等沉浸式的仪式，让顾客在逛街的同时，近距离感受浪漫的北欧风情。

不仅如此，在以视频、文字等信息向消费者传递节日活动的同时，还有圆梦助力等环节，大大提高了消费者线下到店的概率和参与度。如通过刺激转盘、公众号留言等环节拉拢粉丝与人气，线上线下“花式”互动上演岁末档营销。

“活动旨在以实际行动回馈消费者，让商业回归生活本质，并吸纳了优质会员，引发受众对不断升级调

整中的熙地港持续关注。”熙地港商业负责人说道。此次岁末档及推出的线下扫码线上赠送的礼品均由入驻品牌提供，如西树泡芙、ZARA HOME、Wooderful life、小米、星巴克等，在提供给消费者礼品的同时，也增加了品牌的宣传和曝光度，实现消费者、品牌和商场三方共赢。

姊妹店同日齐欢，新田商业紧扣IP展再掀潮流风

作为新田集团旗下的商业品牌，新田360广场(郑州国贸店)自成立以来已连续8年推出岁末档活动仪式，持续掀起郑州花园路商圈潮流线下活动的热潮。另外，今年9月份开业的绿地新都会店也加入岁末档狂欢队伍，于11月30日姊妹双店联动举办，延续新田商业IP展的一贯风格，抢占11月郑州购物中心岁末档美陈排行榜热搜。

其中，新田360广场(绿地新都会店)以绿色为主打底色推出的“此刻正好”主题装扮和“时光派送机”活动，通过一系列细节提高顾客参与度。如让消费者扫一扫关注公众号便可获得各类节日奖品、提供凭积分免费兑换快速通道等方式吸纳新会员注册等。

在新田360广场(郑州国贸店)，继“熊本畅游之旅”“奥杰塔的天鹅湖”主题展之后，今年同样选择了IP展——“Molly's胡桃王国”主题展。3米高的亮粉色Molly胡桃夹子系列限定款和巨大的Molly城堡，冲顶花园路商圈的圣诞气氛。除主题展外，还针对20岁—35岁年轻潮流客群这一特性，搭配Molly油画室活动、泡泡玛特快闪店等活动同期进行，以及Molly盲盒等定制款周边，以活动的形式赠送。

值得一提的是，购物中心的IP展下沉趋势，在今年的岁末档尤为明显。如新田360广场(郑州国贸店)本次推出的“Molly's胡桃王国”主题展，从2017年底在北京西单大悦城打卡开始后，一路经过上海、杭州、青岛，于今年岁末落脚郑州。萌萌哒的外观，自带话题的属性，一经面世就受到消费者的追捧，并逐渐成为购物中心招揽人气的制胜法宝。

另外，12月24日，新田商业多个购物中心推出“不养生不打烊”活动，营业时间延长到23:00闭店，与顾客共度节日狂欢。

明星到店共庆，大卫城、正弘城用粉丝收割人气

每年一换的丹尼斯大卫城节日装扮都是二七商圈受瞩目的岁末打卡地。不同于其他购物中心，今年除了有节日感十足的官方微信公众号推送宣传及折扣力度，还在线下请到了新晋流量小生邢邵林与粉丝共度，以及聘请专业化妆师为顾客提供免费荧光妆，并联合第三场城市解谜，以跨年狂欢盛典的方式，大大提高了消费者线下门店的概率和参与度。

除此之外，携17万方商业体量、“衔玉而生”的正弘城，11月18日开业即逢岁末档，位于一楼中庭的“繁花正弘”美陈展，从试营业起，就兼具“自拍打卡区”“休闲区”“活动场地”等多种功能，而在岁末档期间也将各类活动搬到了一楼，举办岁末档“嗨”巡游活动，并在12月15日，邀请演员杨子姗与粉丝到店同庆。

除了这些“明星”商业项目，今年郑州其他购物中心岁末档活动也各有千秋，毕竟打好岁末档这一年度收官战，不仅可以创造年度二次曝光的机会，也可提升自身形象的好感度与顾客的购物体验。

这场持续一个月的岁末档营销大战，在“双11”战场后直接开启狂欢模式。从标配的节日装扮，到创意十足的活动、颜值与内涵齐聚的美陈、特色十足的营销等方式，可以看出的是，各大购物中心早已不满足于通过简单的传统促销来带动业绩增长，而是试图用各种“花式”营销，在提供给消费者更高品质体验的同时，轻松获得“节日经济”。