

舊區起商場 條數計得過



■文靜芝指，商場與主題樂園的客群相似，因此一直保持友好合作關係。



■商場模擬婚禮活動。

資料圖片



■商場體育活動。

資料圖片



■商場萬聖節推廣活動。

資料圖片



■商場聖誕促銷活動。

資料圖片



■文靜芝指，商場會不時檢討商戶組合。
張偉民 攝

營商有道

香港商場成行
成市，隨街可見，少點特色都難以吸引顧客。

每逢大時大節，舉辦不同大型活動是一眾商場的指定動作，外加定位要清晰，商場形象鮮明，才有機會出奇制勝。嘉里旗下的MegaBox雖然地理位置未如其他大型商場理想，但隨著九龍灣舊工廈區全速發展，該商場除了因應顧客口味，多番重組出租商戶外，更以家庭式商場為定位，以「大」為賣點，令商場符合不同年齡層及周邊工作人口的需求。

■香港文匯報記者 黃子慢

嘉里建設於2005年落實興建MegaBox時，九龍灣舊工廈區仍是一片荒蕪，但發展商堅持興建商場，而且定位超大型商戶。商場於2007年正式開幕，成為本港首個大型「全貫通」商場，合共19層，零售面積達110萬平方呎，當中六成商戶面積逾一萬呎，並設有約1,000個車位。

與眾不同 走洋概念

正如大家所了解，MegaBox的賣點就是大，不論是店舖面積或是行人通道等方面均有別於其他商場。商場總監文靜芝指，當初建造MegaBox時，因看到本港大型商場模式千篇一律，欠缺一個設有多間大型店舖的外國式商場，遂決定走「Mega」概念，希望將MegaBox建設成香港式大型店舖商場，在人流、車位及店舖特色方面配合得天衣無縫。

重組商戶 配合港人

商場開幕初期，「Mega」的概念確實吸引不少港人朝聖，但引入的部分商戶其實並不適合本地生活模式，加上商場並非設於港鐵上蓋，又受到鄰近商場夾擊，令商場人流逐漸疏落。文靜芝坦言，當初引入主打自家製傢具品牌B&Q及Spotlight時，主要是眼看著這些品牌於外國十分受歡迎，但香港人工作繁忙，根本無暇自製傢具，熱潮只是曇花一現，未能結果。最後，研究商戶受歡迎程度及顧客滿意度後，清楚了解港人口味，於2010年決定更換四成商戶，引入IKEA及吉之島。

文靜芝直言，明確定位令商場生意愈趨穩定，當然亦少不了持續檢討現有的商戶組合。她舉例指，近年鄰近寫字樓陸續增加，中午時間多了不少上班族外出用膳，為配合需求，商場今年將現有的食肆增加至40多間，佔目前商戶租約20%，不排除未來兩三年會再增加佔比。

定位明確 吸家庭客

主政本地 商場的另一個重要賣點，是不似廣東道、旺角或銅鑼灣般人山人海，遊客的蹤跡更是少之又少。文靜芝表示，MegaBox顧客逾九成是香港人，不少更屬家庭客，帶小孩子來玩樂購物。她認為家庭客屬中高消費群，乃商場必爭客群。MegaBox顧客人均消費額為1,200元至1,500元。

大人細路皆滿足

為了更突家庭式商場這個定位，商場在商戶組合方面明確分成4個區域，分別是百貨及時裝、兒童及體育、家品和娛樂，以及餐飲。文靜芝表示：「香港人生活好忙，難得放假帶埋小朋友行街，最好一個地方可以滿足所有人的要求，如果唔係其實大人行街小朋友會好悶。」因此商場9樓全層都劃分為兒童用品，12樓更引入全港最大的室內遊樂場，希望將「小朋友陪大人行街」的狀況改變。

育嬰室全港最多

文靜芝指，單是一個兒童天地已佔地15萬呎，近期又有逾萬呎的室內兒童遊樂場進駐。除了玩樂外，商場亦當然要兼顧媽咪的實質「需求」，不單指各式各樣的兒童用品，更包含基本需要，極力推

介的有「媽咪寶寶洗手間」。何謂「媽咪寶寶洗手間」？文靜芝解釋指，媽媽抱着孩子逛街，尤其只有數月大的嬰兒，上洗手間甚為不便，商場斥資建造的媽咪寶寶洗手間，面積有300呎，置有媽媽和小童廁座及嬰幼兒座椅。「媽媽如廁時亦可安心照顧孩子」。文靜芝更表示，這個育嬰室曾獲衛生署、醫院管理局及愛嬰醫院香港協會頒發「全港最受歡迎育嬰間選舉」優異獎，內有暖奶器、洗手消毒機，以至加溫嬰兒濕紙巾等。文靜芝說，商場共有10間育嬰室，為全港最多。



■傳統推廣活動如BB爬行大賽，可為商場吸引不少人潮。

資料圖片

服務貼心 增歸屬感

設會員制 貼心服務是留住顧客的首要條件，亦是打好顧客關係的第一步。談及培養顧客歸屬感當然少不了會員制，文靜芝稱，商場設有會員制度Mega Club，並加開一個分會叫Mega Kids Club，專為小童會員而設，只要光顧兒童產品即可得到相應積分，每達一個指定額數便可以換購禮品。會員亦可優先預約參加商場活動，如環保工作坊、肥皂cupcake DIY、小朋友fashion show等，如今已有數千會員。

新舊宣傳 缺一不可

文靜芝指：「為了方便會員，現時不單採用會員卡，更可以用手機Apps儲積分，又可以一家人分享同一個戶口。」她指由於現時智能手機普及，利用Facebook、WhatsApp、Wechat等社交網站和通訊軟件做推廣將是大勢所趨；不過傳統推廣亦很重要，例如一些大型裝飾或是BB爬行大賽等，均能為商場帶來不少人流，因此兩者缺一不可。文靜芝續指，商場的推廣費用達8位數，且每年均有上升，但並無明確劃分傳統推廣及數碼市場的比重，主要視乎市場投放。

近年商場為了搶客，推廣噱頭多多，活動更是層出不窮。擁有逾20年地產經驗的文靜芝認為，賣樓

與經營商場是完全不同的策略，要把商場經營得有聲有色，關鍵是要令顧客開心。

經營商場 顧客為本

文靜芝表示，在商場工作，一定要了解現時的潮流趨勢，每天都要吸收新知識。另外亦要親身掌握購物經驗，故她經常到各店舖了解顧客需要，更化身試食員、店務員及形象顧問。她指，開辦商場不一定以金錢為先，亦可以富有人情味，「我相信能令顧客開心，才是經營商場細水長流的關鍵」。



■商場主攻本地家庭客，不時舉辦親子活動。
資料圖片

安徽20億輸血小微企發展

建國透露，安徽省財政廳繼年初設立11億元（人民幣，下同）民營經濟發展專項扶持資金外，將另行安排20億元專項資金，用於增加安徽省信用擔保集團註冊資本，並通過省擔保集團對縣域國有及國有控股融資企業進行注資參股的方式，建立健全安徽省擔保再擔保體系。

冀滾動擔保近4千企業

「此次20億元資金對下注資參股將惠及80多個擔保機構。若按照平均放大4倍推算可帶動新增80億元貸款規模，以每戶企業平均貸款200萬元測算，將能為近4,000戶小微企業提供滾動擔保服務，切實起到緩解企業融資難的作用。」羅建國廳長向記者介紹，本次新增的20億元資金通過壓縮一般性支出、減少會展開支等渠道籌集，該項資金將在1個月內注資到位。

今年年初，安徽省出台大力發展民營經濟的意見，全省掀起新一輪發展民營經濟的熱潮。從今年起，連續5年，安徽省財政將每年安排11億元資金，各市、縣等額配套，用於充實市、縣符合條件的融資性擔保機構國有資本金。計劃力爭到2017年，安徽省融資性擔保機構平均放大倍數達到5倍以上，確保該省融資性擔保在保餘額增幅不低於當年小微企業貸款增幅，增量高於上年同期水平，確保小微企業申請擔保獲得率與服務覆蓋率明顯提升。

目前，安徽省民營經濟發展專項扶持資金總量已達36.9億元。據中期績效評估顯示，今年以來獲得本次資金扶持的安徽省86戶縣域擔保機構共向5,773戶企業擔保貸款227.2億元，同比增加53.5億元，增幅30.7%。被扶持企業1月至7月實現銷售收入、稅收貢獻同比總價均超過15%。

香港文匯報訊（記者 許桂麗、王宇軒；實習記者 張勇 青島報導）2013中國藍色經濟國際人才暨產學研合作洽談會（下稱「藍洽會」）將於10月21日至22日在中國海洋人才市場舉行。今年的大會將原由青島市政府主辦的「藍色經濟國際高端人才項目洽談會」與「產學研合作洽談會暨高新技術成果展」兩會合一舉辦，此舉將節約辦會和參會的成本。青島市人力資源和社會保障局副局長張錫成日前表示，截止到10月16日，「藍洽會」已徵集到23個國家和地區的215名海外人才提交230個項目，已有100個項目達成簽約意向。屆時，來自美國斯坦福大學、加州大學、約翰霍普金斯大學、日本東京大學等一批世界名校的海外人才齊聚青島，開展合作洽談。

青島藍洽會今日開幕



■安徽省財政廳廳長羅建國表示，（政府）此次20億元資金對下注資參股將惠及80多個擔保機構。

香港文匯報訊（記者 胡鑫 合肥報導）為切實解決小微企業融資難融資貴問題，安徽省政府出台支持小微企業發展的擔保體系建設方面政策文件。據安徽省財政廳廳長羅