直减现金，送春装消费券，满百送券……到底哪种方式对消费者更实惠？接下来，各商家是不是推出更大力度的促销活动，来勾起我们的消费欲？当商家一味地促销打折时，服务质量差、退换货难等问题会不会随之而来？这一系列的问题，是作为消费者的我们最为关心的。记者经过一番调查，推举出以下值得信任的商场百货。在商品、服务及促销力度上，他们的口碑甚佳，您可以放心购物。

快报记者 史丽君 闫弋

一同分享信任 看

看哪些商场值得放心

315 现代快报品牌信任榜

中央商场

诚信消费的老字号

“中央商场”走过了70多年的历史，是老字号发展中的典范，被商务部认定为全国首批金鼎百货店。近年来，中央商场不断深化消费维权工作。位于7楼的顾客服务区功能齐全，全面推行售后服务“一站式”管理工作机制，对于顾客的来信来访做到:笔笔有登记,件件有回复。同时商场还设立了专项“售后特殊矛盾基金”,专门用于职能部门实行售后问题的“先行赔偿”,切实维护了消费者利益，真正做到了“安心消费在中央”。

为配合2009年3·15“消费与发展”的主题,中央商场于本周推出“稳健诚信——安心消费在中央”的活动。活动期间,服饰类商品满198元减50–100元现金，并举办女性内衣大型特卖会,2–6折。2楼少儿阿迪达斯南京独家惠卖2–7折。购买周大福黄金类饰品:50g以下工费8.5折,50g以上工费8折,摆件工费7折;购买周大福0.4ct以上钻饰9–8.8折。劳力士、帝舵购表赠手表保养,“3·15”当天免费测防水和清洗钢表带。

南京新百

转型之际更注重服务

随着新主楼的逐渐完工，以及金鹰系的入主,南京老牌百货——新百,正处于转型之际。今年,新百将摸索新的时尚道路。“新百以前更多的是复合型定位——顾客需要什么,我们就提供什么,但现在我们要主动引导消费者,告诉他们新一季的时尚在新百!”新百副总经理朱爱华曾在接受记者采访时表示。

朱总所提到的“引导式消费”，首先需要新百引进更多的国际时尚品牌。如果说之前的新百还不具备与国际时尚品牌相匹配的“硬件”,那么随着新百249米新大楼的日新完工，这一“阻碍”也不复存在。因为这是新街口第一高楼,再加上新百所处新街口的“核心”地位,这些先天优势足以打动国际品牌“芳心”。而新百正在与各大品牌接触，进行谈判和引进工作，加快新百的时尚进程。“转型”之际,新百更注重的是提升整体品牌形象及创新服务。比如完善店面装修、营造休闲舒适的购物环境，提高导购员、服务员的素质。朱总表示:“新百将与南京时尚一同厚积薄发!不断为南京这座古老的城市注入鲜活的时尚动力。”

金鹰

金色承诺 让你畅享“高贵不贵”

金鹰,无疑是为南京人最先打开奢侈品大门的精品商场。10多年的时间,金鹰积淀着时尚,将国际一线品牌的进入缩短了南京与世界的距离,在金鹰商贸集团副总裁苏总看来,如今的金鹰,随着时尚品牌的不断更新,已俨然成为了一个多元化、陈容齐、品类全的南京时尚“领头羊”。

与高端时尚相照应的是金鹰金色的服务。这个3·15,金鹰在正洪街广场,举行“3·15问卷调查”，测试满意度,这也是他们“金色承诺”“服务倍加”的一部分。苏总告诉记者,百货业是地方特色浓厚的行业,不同的地方,经营的货品会有所不同、促销方式也不一样。“金鹰开展的促销活动不仅仅是商品的折扣或者是让利的活动,更重要的是要向顾客传达不一样的消费理念,不同时节的流行趋势。”金鹰购物中心企划部张经理介绍说,2009年金鹰将重点开展多档品位品质高,形式新颖,内容经典的文化沙龙类活动,增强顾客对中心的信赖和满足感。与各大品牌加强沟通与合作,保证货品库存与款式满足顾客需要。一年内进行两次品牌调整,引进多个国际品牌，如:MISS SIXTY、Acupuncture、名表馆,在打造“高贵不贵”购物理念的同时,提升品牌时尚度。

八佰伴

为湖南路增添 专属女人的魅力

“逛八佰伴，做小女人”，这已经成了八佰伴的招牌语。以“八佰伴,女人家”为经营理念,打出女人旗号,并单独针对都市时尚女性，八佰伴在南京是首家。为了凸显自己的特色,八佰伴在品牌招商、楼层设计等环节上,都是经过特别考虑的。比如,引入店内的品牌，不一定是最大牌、价格最贵的,但一定是要引领年轻时尚潮流的品牌,融青春动感与优雅成熟为一体,为湖南路商圈增添了专属于女性的无限魅力。

匹配“女性商场”的定位，八佰伴在服务方面也“超女人”,十分细致入微。比如提供一站式退换货、咨询导购、广播寻人、购物停车、兑换礼品、到货通知、代借雨伞、行李寄存、急救药箱、失物招领、礼品包装等,延伸了精品服务的内涵,为顾客建立更亲和化的购物空间。此外还有不少特色服务呢。凡是南京八佰伴尤卡会员,都可以在温馨舒适的VIP贵宾室享受饮料茶歇、上网、书报杂志、会客等多项服务。

“优雅的购物环境,优质的商品质量,优异的服务品质，优价的特卖活动,优厚的促销内容”，这是八佰伴的“五优”郑重承诺。不是针对“3·15”,而是针对“365”。

东方商城

明折明扣领南京人 通向世界时尚

随着GUCCI、FENDI、Emporio Armani、CE–LINE陆续入驻东方商城,南京新街口商圈仿佛搭建起了一座让南京人通往世界时尚前沿的桥。东方商城日渐引导南京人的时尚和个性。

3·15期间,围绕“消费与发展”的主题,东方商城开展了三项服务承诺。质量承诺:东方商城严格执行商品质量管理制度,承诺经营优质商品,如有消费者发现售出商品不合格,即予以退货;经检测鉴定为假冒伪劣商品,则按《消费者权益保护法》相关条款执行。价格承诺：凡东方商城所售商品,若相同商品售出的当日价格高于其它同类商场同样商品价格,经核实将在三日内退还消费者商品差价。满意承诺:凡东方商城所售商品，消费者如不满意,可在商品售出十五日内予以退换。

2009年，东方商城将努力提高促销活动质量,用明折明扣来回馈顾客。加大环境布置的投入,不断完善商城的硬件环境,以及开展丰富多彩的公益活动,体现出强烈的人文关怀精神。

苏宁环球

做您的“贴心”商场

3月10日,苏宁环球购物中心发放春装消费券的第一天,很多人一大早就前来排队等候，按规定每人限领一套,但有很多人都希望领好几套。500元一套的消费券，一天半时间内被领了近2000套。记者了解到,此次苏宁环球试水的“春装消费券”,20天内预计总让利幅度在千万以上。“‘消费券’这个概念从年前到年后，牵动着广大市民的心,是目前市场的热点。”苏宁环球相关负责人如是说。

事实上，除了抓市场热点,苏宁环球将“满百送”的活动转型为“派送春装消费券”，也着实是从消费者角度来考虑的。“春天和冬天购买衣服的目的的不一样,冬日是一家子的购买计划,量多,适合‘满百送券’的活动,用买一件衣服换来的券去买其他衣服,相当划算。而春装大多是消费者为了愉悦心情在购买,以单件为主,如果再进行送券这种重复消费的促销形式，显然不适合。于是,我们直接派送消费券,直接抵扣现金,免除了购物送券再消费的繁杂。”这期间苏宁环球还派送“聪明购,百货百事达”购物指南。这份指南汇集服装、鞋帽、箱包、皮具等商品购买的实用信息及百货、餐厅优惠券,让你聪明购物。苏宁环球的促销方式真是“贴心”至极!

“以消费者的权益为立足点,并坚持‘时尚、优雅、健康’的精品服务理念”,一直是苏宁环球对消费者的承诺,他们也是一直践行。比如为保证电梯运行安全，苏宁环球安排专业的维保公司长驻现场办公，除了室内的扶手电梯，另有10台升降电梯供顾客使用。考虑女性顾客使用卫生间的方便，三楼女装区更是将原来的男厕改装成了女厕。同时,苏宁环球定期开展人员培训，从基本的着装要求到规范的服务用语，从专业的商品知识到每次促销活动的安排，切切实实把服务做细。

有着优秀软硬件服务的苏宁环球已然是湖南路的时尚地标。至于后期的4月,苏宁环球将采用什么方式来拉动顾客需求，相关负责人告诉记者:“这要看三月派送消费券活动的效果和消费者的接受情况，如果顾客接受并且喜欢，我们会继续派送。反正我们推出任何活动的出发点都是以‘顾客乐于接受’为前提,做顾客的‘贴心’商场。”

活动链接:

春季时尚商品现金累计消费满200元抵扣100元现金。化妆品3月13–15日，运动休闲商品3月10–17日当日单柜现金累计消费满300元抵扣50元现金。

水游城

绿色活动带动绿色消费

在一片打折送券促销声中,水游城不打折、不送券，有声有色地举办着各类活动,情人月、家庭节、明星墙……每个都很吸引眼球。“我们的品牌都是国际品牌,定价合理,所以不存在促销、送券。我们希望用休闲娱乐的活动，来带领顾客体验一种愉悦绿色的消费，而不是一味地冲着折扣去购物。”水游城总经理吴正梅告诉记者。

事实上,水游城已经尝到了这种“由活动带动消费”新营销模式所带来的甜头。2月,水游城举行了“情定水游城”情人月活动,指心为盟、万语千言的告白等各式活动在南京情侣中热度很高。事后一统计,2月14日那天的人流量和销售额居然比春节高出20%,创出水游城开业以来的最高销售。

现在，水游城又在紧锣密鼓地开展活动了。明天,漫画小狗刀刀，将来到水游城举行新书签售暨“稻米”见面会;后天,著名影视歌明星范逸臣现身水游城中心舞台与歌迷互动;21日，被鲜花布满的水游城将和孩子们一起“迎接春天”;22日,台湾K ONE组合在水游城中心舞台举行歌迷见面会;4月，水游城“家庭节”粉墨登场，孩子们可以到水游城种上一株牵牛花……好像每天去水游城都能“遇见”不一样的活动,绝无重样。此外,水游城还着重自身建设。3月底，BHG精品超市被吸纳入驻水游城。这家以进口品牌为主，在小资心目中有极高“地位”的超市,将极大地丰富水游城的品牌类型，为顾客带来更多的购物乐趣。吴总表示，“我们所做的一切都是为了顾客的购物体验更加愉悦、舒适、绿色。”

金陵百货

集中兵力 攻“品质女装”一点

一向以“精品百货”亮相的金陵百货,是最早“五星级”商场。在新的形势下,金陵百货重新定位为“品质女性”商场——除2层以外,其余楼层全部都经营高端女性品牌。为此,2007年,金陵百货投入了1000万对商场进行了升级改造，在路线布局方面都力求国际化。今年三八妇女节期间，金陵百货还特别邀请资深时尚买手,精心挑选百余款09最新潮流女装,于4楼进行集中展销,并专门配备专业导购为女性顾客服务。即日起至3月15日，金陵百货举行“翩翩春款,融融春意”主题活动,购物满300元送100元礼品券一张。

服务方面，这家依托省金陵饭店五星优势的商场，优势更明显。商场内所有服务员均是按照金陵饭店的要求进行培训，要求会简单的英语会话，上班期间不允许携带任何私人物品进入工作区域。此外,质检人员明察秋毫的巡场、价格标示的严格规范。

将自己打造成一家以“品质女装”为主题的商场,金陵百货是有用意的:“新街口商家众多，我们在营业面积上没有优势，只能利用自己高端品位这样的先天条件，形成一个纯粹的品质女性的购物天堂，才能脱颖而出。”7月,将有更多的知名女性品牌入驻金陵百货。

山西路百货大楼

发布3·15责任宣言书让你放心

近日,山百发布“3·15责任宣言书”——山样诚信;诚和信重过泰山,力求“无假货、无欺瞒,不怠慢、不营私”。百姓为上;做到“为顾客利益着想,按顾客喜好采购,以顾客习惯经营,让顾客需求满足”;立足服务;形成“三声”风格(来有招呼声;问有答应声;去有道别声);落实“三心”服务(售前服务热心;售中服务真心;售后服务诚心)。誓守品质;实行“三保障”(所购商品高于本市同类商场当日价格，除退还差价再给付3倍市内公共交通费;售后服务不落实或服务不满意，经核实赔付20元;消费者发现假冒商品，经鉴别查实奖励200元);坚持“无理由换货”(消费者购物30日内不满意，未经使用且不影响再次销售即可调换;购物15日内,如发生质量问题即可退换)。不会用虚拟的价格战来取得“空中楼阁”式业绩的山百，也呼唤业界同行诚信经营。

金鹰天地

完美时尚独领风骚

作为金鹰商贸集团旗下第12家连锁店，金鹰天地店更加时尚、大方。“我们每年春季、秋季都会进行调整,引入了很多国际大牌,如Y–3、MOUSSY等。并且不定期开展文化营销主题活动，逐步树立金鹰天地新锐·时尚的购物定位。”金鹰天地企划部张小莉告诉记者,围绕今年3·15“消费与发展”的主题,金鹰天地通过时尚金鹰网和中心现场填写调查问卷,了解顾客满意度,提供更具时尚性和国际性的货品和优质、完善的服务。此外,金鹰天地还通过时尚金鹰网开展“网站种树”互动娱乐活动,呼吁消费者关心环境,营造美好绿色生活。

环北

做有社会责任的大市场

多年来，环北致力于打造星级文明市场，做一个有社会责任感的大市场。在硬件装备上坚持“先进、完备、超前”的原则,配置自动扶梯18台,300万大卡中央空调机组2台。消防、人防和各类防盗设施一应俱全,确保商户和顾客的生命、财产安全;工商、税务、银行、质检、公安和消协派员常驻市场，为商户和消费者提供各种周到的服务。为让顾客放心购物,环北市场提倡商户诚信经营。市场对进驻商户的进货渠道严格把关,不定时抽查，一旦发现假冒伪劣产品,坚决清理出场。