

[货比三家]

本周海鲜类食品走俏

随着中秋节和国庆节临近,海鲜类食品开始走俏,需求量持续增加。记者在采样时看到,各大超市的货架上摆满了鱼、虾、蟹等鲜活的水产品。越来越多的水产品将使今年的“中秋大餐”更加丰富。但价格也在一路攀升,预计节日前后海鲜价格还将上涨一至两成。

见习记者 谢宽

| 商品名称 | 华润万家 | 世纪联华 | 易初莲花 |
|----------------------|-------|-----------|----------|
| 美极虾500g | 13.8元 | 12.89元 | 17.8元 |
| 蟹肉500g | 18元 | 3.89元(特价) | 4.9元(特价) |
| 蒙牛桶酸1350g | 8.9元 | 8.5元 | 8.8元 |
| 高露洁单只牙刷 波浪型 | 1.8元 | 1.2元 | 1.6元 |
| 飘柔护理滋养 去屑洗发露200ml | 9.5元 | 7.8元 | 8.5元 |

抄价时间:9月12日

[一周商讯]

紫百推出系列促销活动

近日,为庆祝新公司的开幕,新加坡时计宝(郑州)紫荆山百货策划了“你我共欢庆,走进新时代,百万港礼谢宾朋”系列活动,其中包括“满188元以上送‘好想你’礼品”、“教师购物有礼”、“会员积分进店礼”等活动。

活动期间,客流较平常翻倍,一楼礼品发放处天天人满为患,企业主题定位得到推广和有效体现;大力度的折扣及买送活动,有力地促进了销售。三天时间销售同比、环比都有大幅增长,达到了预期目的。

本次活动从企业宣传、活动氛围、活动参加品牌范围、活动力度都引起强烈反响,对会员的回馈、对教师的尊重等都受到广大消费者的一致好评,在郑州业界也引起不小轰动。

之后的新加坡时计宝(郑州)紫荆山百货,将进行大规模的调整,对原来的商品布局进行细化整合和进一步的优化。以期通过调整,使新公司的品牌定位、形象定位、业种组合定位、服务定位等各个方面都得到提升,为消费者带来耳目一新的感觉。

丁佳

中秋促销全面启动

俗话说,金九银十,每年的九月、十月都是消费旺季,本周刚刚送走教师节,中秋节即将登台,商家瞅准时机,在这个中国传统意义上的重要节日,纷纷把月饼、礼盒作为下一个促销战的重点。

见习记者 谢宽

中原商贸城满就送

活动时间:双休日

活动内容:名门闺秀满100元送15毫升水乳一支,兰西香水满188元送68元袖珍香水一瓶,雅芳嫩肤精华现价29元,新活再生霜+眼露现价210元,达芙妮女鞋低至68元,米奇乐购物即送米奇玩具一个,英皇运动服饰五折起,纤、曼娅奴、梦特娇、利郎、法米尼等均低价酬宾。

正弘持卡消费送礼物

活动时间:9月8日至25日

活动内容:正弘国际名店倾力打造《礼在正弘》中秋活动,心意卡、中秋好礼展销会、满2000返100元礼券、五重好礼满就送、VIP卡限时升级等豪礼,为您提供最全面、最精致的礼品组合。

正道中环满200减100

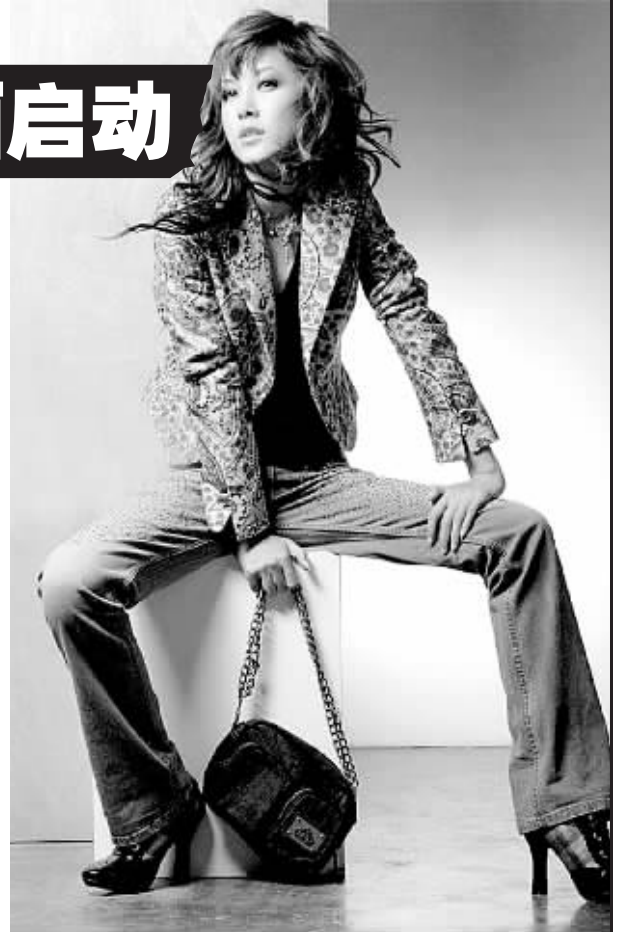
活动时间:9月14日~25日

活动内容:秋装全场满200元减100元或80元或60元;中秋满额赠(9月14日~16日、21日~23日)当日购物满300元(百货积分卡满260元)、680元(百货积分卡满580元)、1380元(百货积分卡满1180元)、2680元(百货积分卡满2380元)、5880元(百货积分卡满5180元)即可获赠相应等级礼品。

正道花园中秋节活动多

活动时间:9月14~25日

活动内容:精品月饼全场五折起,CD、兰蔻、资生堂独家满1000元送50元礼金券,周大生百枚克拉钻独家巡展,镶嵌全场八折,珠宝单柜满1000元送50元化妆品礼券。



郑百第一届钟表节

活动时间:9月8日~30日

活动内容:在钟表区购物即赠精美水笔,满500元以上,送不锈钢水杯或高档水笔;满100元以上,送天堂伞或吹风机;满3000元以上,送拉杆箱或电热壶;梅花八折起加独家赠礼,天梭、英纳格全场八折起,绿琴、西铁城、双狮全场八折,瑞纳龙买男表赠女表,卡西欧九折,格林、依保路七折,卡迪龙八点五折,爵尼、格雅七点五折,天海霸特价二折起,依波七点五折起,飞亚达七折起。

紫百重张礼品多

活动时间:9月15日~17日

活动内容:活动期间,顾客当日累计购物满288元以上均可领取价值288元的“香港特制礼品”;购物满1288元以上均可领取价值1288元的“香港特制礼品”。

开业5周年,北京华联稳居郑州三甲

□晚报记者 祁京/文
见习记者 赵楠/图

9月16日,曾经拉开郑州二次商战序幕的北京华联河南商厦将举行5周年店庆。第一家全国连锁百货企业进驻郑州的商场,郑州单体面积最大的百货商场,闻名全国的第二次商战的引爆者,首个创下了郑州零售业市场单店销售额突破1600万元的记录……北京华联5年的发展,曾经创造出了郑州零售行业许多个第一,铸造了消费者心目中最为时尚最为激情的商场。



二次商战发起者

许多年以后一个下午,当张晓霞坐在自己的办公室的时候,她一定会想起2002年8月1日,那一天,北京华联迎来了10万郑州市民,开业当天就创下了1600万元的日销售额。

北京华联进入郑州,无疑是有着极大的风险的。而选择在五彩购物广场的旧址上开业,则有着一分霸道和自

信。果然,北京华联开业当天,推出了“买100送60”的活动,家电“买100送30”的超低价促销活动,商品平均让利24%,吸引了10万市民涌入。“当时无论从电梯、空调还是产品搭配组合上都没有完全准备充分,没想到有那么多人,给我们造成了非常大的压力。”张晓霞想起开业当天的“盛况”来还有些后怕。

而这只是第一步,8月18日前后,北京华联又推出部分商品“买100送200”的更低价位,把商业送券“发扬光大到极致”。郑州其他百货商场再也按捺不住北京华联打折风暴的冲击,匆匆作出回应。打折风暴一时在郑州刮起,且呈现愈演愈烈的势头。

北京华联当时的促销活

动,也让金博大和丹尼斯参与了进来,由此,“二次商战”爆发。“北京华联能从激烈的市场竞争中稳居郑州三甲,中间经历了很多艰难,从开业初期受到竞争对手在品牌上的压制到开业不到半年就经历‘非典’,但看到目前众多品牌的强势入驻,以前的所有艰辛都是值得的。”张晓霞说。

实惠营销策动者

“一个处于国内闻名的商圈中的商场,我们唯一要做的就是提升我们的品牌,提升我们的品牌竞争力,提升品牌形象,为郑州市民提供更多的、流行的、时尚的商品,这样,我们才能立足于市,才能发展壮大。”正是凭着这个坚定的经营理念,北京华联5年来以每年销售递增30%的速度快速发展,从张晓霞一本厚厚的笔记本和密密麻麻的数字和管理心得上不难看出,北京华联的成长是理性和激情的。

“毕竟,我们刚刚五岁,其他竞争店已经是较为成熟的企业了,我们只有发挥我们自身的优势,去积极地应对,才能分得一杯羹,但是我们不是盲目地进攻,我们要研究市场,研究消费者,发挥自己的长处,规避我们的短处,不断调整我们的品牌、品类,提供给广大消费者更多时尚、流行的商品。”据介绍,经过几年不断调整,特别是在商品结构方面,约有700多个品牌进行更换,近300多个知名品牌入驻北京华联,占到整个商品品牌的40%。以女鞋、少女装为例,品牌更换率高达80%,品牌级别和形象明显提高。品牌销售更是一年年一个台阶地向上提升,如周大福、欧莱雅、ONLY、VEROMODA、欧时力等每年以70%~130%的幅度提升,特别是周大福更是以132%的年递增率快速发展。销售业绩的不断提升和带动下,也使得北京华联成为外来品牌入驻郑州的首选商场之一。

通过近几年不断的品牌调整,国内知名品牌已相继进驻北京华联,使得顾客对北京华联的品牌口碑不断升级,从而成就北京华联不断攀升的销售业绩,也让北京华联河南商厦在集团内部数年来一直稳居三甲,并以每年20%以上的销售增长率发展。“我们一直不断地在思考着,我们究竟靠什么品牌、什么样的商品去吸引顾客,满足消费者的需求,顾客在买这类商品时,一定会想到我们北京华联。”对于未来的发展,张晓霞胸有成竹。