

■ 聚焦春节零售市场系列报道之 百货篇

当百货遭遇传统节日

春节 = 甩货

春节几乎成为了百货商场的甩货期，甩货加速流通是各家的春节促销实质，而春节似乎成了促销的尾期。

1月22日，大商金博大店的女装商场里满眼都是打折牌，走在打折服装的包围圈里，一位中年女士拎起一件折后100元的衣服惊呼：“怎么这么便宜！”

今年春节，各大商场提前半个多月就开始进入春节打折甩货期，中高档百货店全部设置名牌折扣店，各大名牌集中汇聚于此，开始了疯狂打折。很多打折幅度在4-6.8折之间。就连郑州最时尚的购物商场——大商和丹尼斯的众多世界顶级时装品牌都大肆打折，令拥趸们欣喜若狂，疯狂购买。

消费者王女士说：“春节大家好不容易有个假，购物就是一大节目，感觉以前商家多是用打折手法大闹春节，但是今年打折潮来得更早，声势更大，春节反倒成了打折的尾声了。”一位专卖名牌服装的老板说：“年前很多人都要买新衣服，为什么不把他们吸引过来呢？正是平时不打折的服装过年才打折，才能吸引他们，年后不打折了，他们也照样来。”

消费者的感觉一点没错。在银基商贸城的一家时装小店，所有的服装买满100元就打7折。小老板告诉记者说：“也就折到初八，因为马上就上新货了。”

北京华联的李国有分析这种现象时说，现在服装周期越来越短，原来一年是春夏和秋冬两大季，但是现在春到夏，秋到冬换季也很明显，因为时尚的周期轮转越来越快，现在的消费者买衣服不再是为了保暖，而对个性化、时尚化的要求越来越高，因此国内市场跟国际的时尚流转越来越紧了。反映在终端消费上，就是打折越来越早，频度越来越高。

而百货对春节的预期不理想，也是造成今年春节前夕促销力度缩减的最大原因。一位业内人士指出，这种预期其实是出自几个方面的考虑，首先是各大商家已利用圣诞和元旦，使购买力得到提前释放；其次是春节气温偏低，加之中州大道改造使得市内拥堵，影响了市民外出购物；最后是市民在春节期间集中购买服饰商品的习惯逐渐改变。基于这3种现实的考虑，使得今年百货的出货时间明显早于往年。“从历年的经验来看，春节是超市大赚一把的时候。”这位业内人士说，“而对于百货来说，则完全要看运气了。”他指出，从目前郑州市内百货的促销能力来说，其实各家并无针对春节等传统节日的真正促销高招。

三个新假期

接下来，还有清明、端午和中秋，百货如何在这些传统节日上面做文章呢？

对于百货商场来说，传统节日似乎并不能引起他们的多少兴趣，某商场的营销策划人员王先生告诉记者，以“七夕”为例，虽然近4年来郑州的百货商场一直在用各种方式推这个节日，“但是比较下来，效果很不理想，百货最终还是要靠换季来生存。”王先生继而表示，2008年新黄金周制度中加入了一些传统公共假期并不能引起百货促销人员的兴趣，“从今年春节大家的促销程度可以看出，传统节日没法让人兴奋起来。”

首先是清明节，王先生说，把国人祭祀节日变成商机，还要找到一个口舌，激发消费力，这对商家是一种挑战，但说实话，也许很少有商家愿意这样尝试。不过，清明，是一个祭祖的节日，但不是一个悲哀的节日，商家应该营造一个商业踏青的氛围，营销中不一定硬上清明口舌，可以借鉴一些清明的传统民俗，把祈求青春永驻的含义加进节日促销中，切合女性爱美消费初衷。

接下来，还有端午和中秋两个节日，虽说找到口舌不那么难了，但是如何让传统文化在商业中得到完全宣泄，达到像过圣诞节的场景，摆在郑州商家面前的，也许不仅仅是促销问题。

新加坡时计宝（郑州）紫荆山百货经营总监王海军以中秋为例说明促销转型之难。到中秋，各大商场里都会堆满月饼，每个人买上一盒月饼，就算过了一个中秋节，导致一个传统的节日却成了传统文化埋葬日。在中秋节，大商场都会推出一系列的促销活动，但是炒作点主要集中在月饼上，为什么，因为中秋节月饼是作为最大的消费商品出现。据悉，去年中秋节，郑州各大商场卖出的月饼总额达到了4000万元，月饼利润高，这是商家所公认的，一盒月饼利润不会少于50%，高于服饰利润20个点，商家自然不会放过这样的赚钱机会。此外，中秋一过，月饼就成了“鸡肋”，不存在附加值，所以导致中秋节当天下午，商场就会搞买一盒送一盒的促销。

也许是一种对传统假日经济的反思，不少商场的营销部门负责人告诉记者，中秋节最核心的文化内涵是祝愿社会和谐进步和家庭团圆幸福，所以为海内外华人重视。但随着时代的发展，特别是多元文化日益丰富，使得包括中秋在内的诸多民族传统节日被人们淡忘。原有的文化内涵逐渐消失，端午成为“粽子节”，中秋成为“月饼节”。

中国节 VS 外国节

从商家对于春节和传统节日的态度上，人们似乎看到了商业文化对传统节日难以消化，事实果真如此吗？

业内人士指出，随着新黄金周制度的实施，商家对于传统节日的认识到了必须发生变化的时候。而这之中，最关键就是经济规律的推动力。王海军告诉记者，按照对以往传统黄金周的统计，7天假期中，前三天销售额要占到总销售额的60%，证明黄金周集中爆发的消费区域是在三天中，如今清明、端午、中秋成为了三个公共假期，对商家开展促销是很有益处的，因为多出的几天假期，将给商业做增量留下很好的空间。

而也有不少百货的营销负责人依然对传统节日的促销感到有些头疼，他们指出，消费者对“洋节”商业性的认可，是营销创新的最大障碍。中国社会调查事务所的一份调查显示，53.6%的年轻人过“洋节”是为了“找个快乐的理由”；对于“洋节与中国传统节日有何区别”，57.1%的男性认为“中国传统节日停留在吃、穿等物质享受层面上，而洋节更注重精神的交流”，60.7%的女性认为“洋节轻松自在，中

国传统节日过得累”。

市民是如何看待传统节日和外来节日的呢？24岁的市民孙先生告诉记者，圣诞节和情人节这样的洋节过的就是一种心情，没有什么压力。在这些节日中，自己可以自由支配时间；在这些节日中，你不需要走亲戚或者家人聚在一起海吃一顿。而市民张先生则最重视春节，因为是尽孝心的时候。大年初一初二，去串亲戚，拜访长辈，初三初四后可能去旅游。“一般中国人要到正月十五才会恢复工作的状态，如果整个春节假期全在家，可真受不了。”

有关专家表示，要想把民族民间传统节日办得火爆热烈，一般有两项基本经验：一是民间办会，政府支持，商家赞助；二是重大节日政府主办，普天同庆。现在一些政府和商家热衷于办招商节、旅游节等，投入大量的人力、物力。如果在民间传统节日庆活动上也采取这样的机制，中秋、端午、元宵这些传统节日也会热闹非凡。

又一个新年即将来临，可以预计的是，在郑州这个以百货业红火闻名的城市里。大雪阻碍了人们出行的脚步，更多留守郑州的人们给商场带来更大的客源，形成新的百货消费放量。过年，大人小孩都要穿新衣新鞋，这必然带动以服饰为主的传统百货。走到节日前的街头，到处可见人们的步伐少了平日的匆忙，多了节假日的悠闲。从目前来看，2008年春节的促销并没有多少新的亮色，这使得我们的目光从单纯的春节消费市场投射过去，最终落在假日经济背景下百货的促销转型之上。

晚报记者 祁京/文 赵楠/图



中国女子网球队首席赞助商 TCL 创意感动生活 The Creative Life

喜赢2008
TCL液晶电视送温暖大行动
买TCL FULL HD全高清大液晶送电暖器

TCL中国女子网球队队员·孙甜甜 李娜

TCL全高清液晶电视

雅典K73 炫金E77 薄丝H78 炫律M81F 炫酷E84

高清液晶专供区

52寸FULL HD大液晶新年贺岁价 10999元 42寸FULL HD大液晶新年贺岁价 9098元
46寸FULL HD大液晶新年贺岁价 10998元 37寸FULL HD大液晶新年贺岁价 8098元

惊爆贺岁特价区

买TCL FULL HD全高清大液晶送电暖器 47寸雅典大液晶贺岁终结价 9098元
(特价机除外) 32寸雅典大液晶贺岁终结价 4098元

TCL炫律大液晶直降500-5000元 TCL炫金大液晶直降500-3000元

活动时间：即日起至春节
以上机型售完为止，详情请咨询各TCL彩电专柜
本次活动最终解释权归郑州TCL电器销售有限公司所有

TCL彩电品质好，星级服务没烦恼!

www.tcl.com 服务热线：4008123456