

小长假黄金周 商家促销各不同

十一黄金周结束了,各商场的营业额都大幅增长,不少商场整体或单品类销售都打破了历史纪录,与去年同期相比增幅达到20%或30%以上。黄金周显示出了沉甸甸的“黄金”含量,且成色十足。而十一长假消费呈现的“井喷”之势,也使得黄金周三天与七天的消费区别逐渐明朗。 晚报记者 谢宽/文 赵楠/图



策略：“三天”与“七天”营销

黄金周的产生,对商家来说无疑是掘金的商机。由于三天与七天黄金周消费者的侧重点不同,使得商家在不同时间的营销策略有所改变。清明、端午、中秋侧重于发掘“文化节庆”所带来的效应;而十一则是更加直白的进行促销战略。

活动来保证销量的稳步增长。

其次,通过时间长短上的差别,合理安排营销策略。时计宝紫荆山百货营运总监吴铭认为:“十一七天黄金周和三天小黄金周相比,消费时间比较充裕,促销活动一般也都在前期展开;其次,十一又是秋冬换季的开始,商家们都希望在即将到来的销售旺季黄金周打响第一枪,开个好局面。加之服饰百货将进入销售旺季,从多方面考虑,促销的力度和规模与三天小黄金周截然不同。”

仔细揣摩后就会发现,从上半年三天的营销来看,商家更加注重文化内涵,大打“文化牌”。郑州百货大楼总经理助理张清红说:“新增的小黄金周各有自己的文化特色,适当增添商品的促销活动,就可满足消费者的需求。”从销量上来说,丹尼斯百货徐洪曾透露,“三天小黄金周的销量,如果把双休日销售比作1,则小黄金周的销售额增加只有1.5倍。”由此看出,三天小黄金周的销量并非大幅增加。商场只需把营销方案优化,选择适合自己的配套促销

有业内人士认为,商家最终的目的就是为了利润的增长。虽说,三天小黄金周和七天黄金周同等重要,但是商家在营销策略上,更看重投入和产出比。如果投入的成本和销售的成长成正比,商家会更积极展开大规模的促销战略,而投入成本和销售增长成反比时,商家则只会选择适度促销。

定位：“三天”重亲情，“七天”重消费

从清明、端午、中秋三天小黄金周到十一七天黄金周,各商家在经历几次试水之后,对黄金周消费有了自己的见解。在他们看来,清明、端午、中秋这几个小黄金周,把重点锁定在家庭团聚方面,饱含“家元素”的度假方式愈发明显。

“国家之所以把五一长假拆分到每个传统节日里面,是希望能分流出行压力,同时弘扬传统节日文化,让人们真正体会休闲之乐。”北京华联企划部经理李国友认为:“拜访亲朋好友,增进友谊,成为小黄金周的不二之选。从节日定位方面,这三天我们称之为亲情消费黄金周。”

而时计宝紫荆山百货营运总监吴铭分析:“清明、端午、中秋等小黄金周消费,只能算是双休日的加长版,三天的时间并不能满足消费者的购物欲。而十一长假,利用节日的机会旅游、消费、狂欢,或者在家好好休息,也算是国庆节应有之义。同时,各大商场热情洋溢地大搞促销,消费者的购物兴致也让天时地利人和给撩拨了起来。除此之外,十一也给忍了大半年的消费者带来了购物的冲动,十一集中消费的趋势日趋明显。因此,三天和七天从消费定位上来讲,就有了本质的区别。”

消费者：“三天”与“七天”都需要适应

而消费者在三天假期和七天假期的适应上,显然并没有商家快。在采访中,市民梁先生表现出了对五一的渴望,他说:“在此之前,一年有三个长假,五一、十一、过年,对我们天天工作繁忙的人来说,可以得到很好的休息。但自从五一拆分,整个上半年基本上处在忙碌当中,虽说有几个三天的假期,但实际上无法达到完整休息的目的。”

假与七天的长假显得更加的从容。一位家在外地在郑州工作的雍先生认为,“清明、端午、中秋正好适合我们回家,三天时间,回家两天和家人一起吃吃饭,享受亲情。而十一七天,便可以筹划出游等活动,虽说到哪都人很多,但是只要想出去,便也不担心人多了。”

像梁先生的说法,不在少数,市民杨女士说:“五一的拆分,使得十一更加的拥挤,景区、街区等处人满,看到这么拥挤的人群,就不想出门了。”但是对于家不在本地的人来说,三天的长

有业内人士认为,无论三天假期还是七天假期,总有个适应的过程。五一拆分,既有利也有弊。但从另一个角度来说,国家增加了工作年假,而且仍有十一长假存在,清明、端午、中秋走亲访友,利用年假出游,十一休闲娱乐消费,三者并不矛盾。

一通通有 教育培训 ●广告服务热线:紫荆山路站66307822 文化路站63875060 工人路站67957022 东明路站63382081 晚报大厦67655128 金成国贸63399000 ●投诉监督热线:63330302 ●广告代办点招商热线:63396000

健康饮食 远离疾病

生命的终止,不是完全因为疾病.....

从2005年的“假酒案件”到“苏丹红”,从2006年的“毒大米”到“福寿螺致病”,从“大头娃娃”到“尿结石婴儿”,这些过去不为人知的名词成了人们谈论的焦点。在物质极为丰富的今天,人们却陷入了不知吃什么才安全的困惑,从“田间”到“餐桌”的漫长产业链,人们陷入了“食”面埋伏的境地,也产生了糖尿病、脂肪肝、高血压等现代文明病。

病从口入,疾病是吃出来的,我们怎样合理的饮食?怎样选择健康卫生安全的食品?怎样预防文明病?怎样让我们的宝宝健康的成长?郑州市营养协会和郑州市冯特职业培训学校联合举办的大型公益讲座《健康饮食 远离疾病》,特邀郑大一附院临床营养中心副主任营养师,国家高级公共营养师讲师、河南省肠外营养专家第一人、郑州市营养协会理事长蒋靖教授主讲,为您解惑释疑。

讲座时间:2008年10月12日上午9:00-12:00 席位有限,电话预约,免费取票。
订票电话:60900000 60112666 60113666 地址:经三路与农业路交叉口财富广场2号楼4层AB座

起点教育 Start Education 北京起点教育郑州中心 中国教育辅导十大品牌机构

09中高考一对一签约辅导 知名机构 全国连锁

新初一、高一:巩固基础,预习新课,知识衔接
新初二、高二:查漏补缺,梳理归纳,知识新授
新初三、高三:精讲考点,提前备战决胜中高考
专业学习风格测试 量身定制辅导计划 长期诚聘 一线教师
梳理知识点 拔技巧 培养习惯 改善方法 调整状态 开发潜能

金水区黄河路口与文化路交叉口中孚大厦8楼B室 热线:0371-63588786/96
高山路与建设路交叉口南50米天龙大厦1203A/B室 热线:0371-67935255/77

舞蹈考前冲刺培训

①为参加艺术类中考及高考生提供专业辅导;
②为各类大型晚会提供舞蹈编排及企事业单位的舞蹈编排辅导;
③为白领及舞蹈爱好者提供形体训练,专业芭蕾辅导。

联系电话:13703860898(李老师) 13526715256(耿老师)
http://xiang.ik8.cn

欢迎刊登 栏目广告

一通通有 欢迎刊登 郑州晚报分类广告、《通通有》DM广告、《通通有》网站免费同步发布,全媒体互动实用资讯传播平台,让您的广告效果立竿见影。

- | | | | | | | | |
|----------------------------------|-------------------------|--------------------------------------|-------------------------------|----------------------------------|------------------------------------|-------------------------------------|--------------------------------|
| 紫荆山路:紫荆山路与东大街交叉口向南50米路东 66307822 | 工人路站:工人路30号北3# 67957022 | 文化路站:文化大厦312#(省实验中学对面北200米) 63875060 | 东明路站:东明路黄河路交叉口东汇大厦5# 63382081 | 金城国贸:紫荆山路60号金城国贸大厦1610室 63399000 | 晚报大厦:陇海西路80号郑州晚报新闻大厦1#西大厅 67655128 | 二七广场代办点:二七塔东50米二七塔座4单元701室 66935390 | 火车站代办点:火车站地区福寿街70号附2号 66932826 |
| 郑县广告受理点 | 巩义:64353152 | 登封:62880294 | 荥阳:64606756 | 上街:68132455 | 中牟:66198536 | 新密:69863409 | 新郑:62677007 |

河南梅苑航空服务有限公司

24小时订票热线:

96677

省内直拨/市话收费

400-65-96677

国内直拨/市话收费

国际航协代码:08310702

郑州-深圳	420元起	郑州-广州	270元起
郑州-海口	350元起	郑州-三亚	370元起
郑州-成都	330元起	郑州-北京	220元起
郑州-新加坡	1400元起	郑州-首尔	800元起
郑州-悉尼	3300元起	郑州-香港	1050元起

另有多条国内航线提前15天购票可享受2-5折优惠

温馨提示:上述航线优惠均需提前定购

以上价格不含机场建设费和燃油费等税费

Http://www.65622222.com