

春节、元宵节、情人节纷至沓来,百货商场在这场节日潮中攀升到一次销售的高潮。在这一轮节日过完之后,消费者的消费欲望也得到一定程度的释放,节后的市场将会呈现什么样的特征?沉寂还是爆发?下一个销售高潮又在何处?在下一个销售高潮到来之前,百货商场将会做些什么?

晚报记者 冯刘克 实习生 童聪/文 晚报记者 吴琳/图

节后 商家沉寂还是爆发?

品牌调整 借机而行

“节后将会进入一个相对的小淡季,按照郑州商业的传统,各个商场一般会在在这个时段练内功和进行品牌调整。有的商场可能会利用这个时机进行硬件的升级改造,改善购物环境,提升商场的档次。另外,对员工进行培训、组织人员到外地学习先进经验、开展招商活动、储备品牌资源等都是这段时间工作的重要内容。”大商新玛特郑州店副总经理李敏说,“对于我们来说,去年成功开业,已经运营了一段时间,哪些品牌适合市场,取得了不错的销售业绩,哪些品牌不能得到市场的认同,以及品牌组合需要调改的地方已经呈现出来,参考消费者给我们反馈的意见和专家的建议,我们将在这一时段进行一次品牌调整,引进更多适合这个店定位的优质品牌,更好地满足消费者的需求。”

在北京华联企划经理李国友看来,节后市场将会进入一个相对的平稳期,各方因素都要进行一次调整。“首先是商场自身需要一个调整,经过春节市场的考验,商场的品牌业绩优劣有了一个新的排名,这段时间商场会对它们进行一次调整;其次是供应商需要一个调整,一个旺销季过后,一些商品的库存所剩无几,需要重新补货,一些商品款式不适销对路,需要调货;另外,刚刚经历过一次消费高峰,消费者需要重新积聚消费力。”李国友表示,“郑州的春天不明显,人们刚感受到春天的气息,马上就进入夏季了。加上商场要考虑自身利润,春装上市的营销力度不会太大,所以虽然节后赶上了春装上市,但消费者的购买欲望并不是很强烈。”

“这是正常现象。”大商集团紫荆山百货的营销副总经理吴铭说,“物极必反,这是千古不变的真理。每一个消费高峰之后,都会出现一个淡季,春节之后也一样,我们称之为‘后春节消费低潮’。”

郑州百货大楼董事长兼总经理朱赵霞认为,这种平稳期不会持续很久,只是在为下一次的消费高潮积蓄力量。郑州百货大楼也会利用这段时间对品牌和商品进行一次末位淘汰。

“零售行业有着自身的规律,有高潮就有



低潮,整体呈现出一种波浪式销售轨迹。在高潮时,商场集中力量销售商品;在低潮时,商场一般都是做些常态上的调整,比如人员结构、供应商队伍、经营品牌等。”河南省商业经济学会常务副会长兼秘书长宋向清说。

商场造节 驱动市场

淡季的时候,商场并不是无所作为。据记者了解,各家商场已经做好了充分的准备,针对春季的季节特点,策划出各种营销活动,包括化妆品节、踏青节等,期望驱动市场升温,在淡季争取到较多的份额。

“受整体经济形势的影响,消费者在购物时变得谨慎起来,消费行为也更加理性,但是正常的购物还是会进行。在这种背景下,更需要商场多动脑子,北京华联准备拿出更多的营销活动投入市场,通过活动力度和提升服务来拉动市场,促进消费。”李国友说,“三八妇女节、清明节假日,我们都会精心策划有亮点的活动,吸引消费者到商场购物。下一步,除了继续扩大和稳固会员队伍之外,我们还将加强对会员的回馈力度,频繁开展会员活动,培养顾客的对我们商场的忠诚度,从会员方面寻求突破和销售的增长。”

“虽然进入了消费平稳期,但是在平稳期也可以创造出一个个的销售小高潮。”正道花园百货企划部经理张守军说,“没有节日可以创造节日,春季到来,出外踏青成了许多人的健康选择,我们可以利用这个机会做体育休闲类商品的促销。3月底将迎来夏装的上市,天气变化,就会产生新的购物需求,这也是一个营销的机会。只要不断挖掘,形成销售小高潮的机会还是很多的。”

吴铭表示,“我们将推出几项措施来应对‘后春节消费低潮’。一方面督促厂家进行冬装的低折扣、大力度清货,并加快春装的上市步伐,争取在2月底之前春装全面上市;另一方面加强管理,注重企业员工服务意识和销售技巧的提升,为顾客提供一个舒心的购物环境,提高成交率,确保2月份春节过后的小淡季稳中有增,圆满完成集团开门红目标。”

对于去年开业的大商新玛特郑州店,在节后保持新商圈和新店面的热度成了一个课题。李敏表示,“我们不会等待,一系列的主题文化活动已经规划好了,包括化妆品节、踏青行动等。这些主题文化活动目标明确,主题鲜明,将对消费者产生很大的吸引力。通过这些活动保持商圈和店面的热度,迎接下一个销售高潮的到来。”

正道中环百货举办时尚品牌春夏发布会

2月14日这个浪漫“肆意”蔓延的节日,正道中环百货联袂著名时尚品牌欧时力、百家好、JCS、KAKO、ZYZ、戴梦得等品牌,举行了别开生面的09春夏时尚发布会。为诸多时尚达人在享受温馨甜蜜情感的同时,提供了接触最新前沿时尚信息的机会。本次时尚发布会原有舞台表演方式的基础上,创造性地让身着各时尚品牌服饰的模特从舞台走向消费者之中,并在品牌柜内驻足进行展示,形成一道美丽的风景线,让消费者近距离感

2009年春夏最新流行趋势。锐意创新,引领时尚生活,致力于打造高时尚度、高性价比、高舒适度的“三高”时尚百货,是正道中环百货一贯坚持的理念和目标。相信今后更多、更时尚、更有创意的营销活动将呈现在广大消费者面前,让消费者在正道中环百货一起感受前沿时尚,掌控流行脉搏。

据介绍,参与此次发布会的欧时力表现的是年轻、个性、享受的感觉,展示了多种风格的服装,以无可比拟的明度和纯度,给人强

烈的视觉震撼。而JCS诠释了纽约时尚个性主张,纽约时尚流行元素被演绎得淋漓尽致,简洁、自然、大方,以经典而永恒的黑、白、灰为主色系,各种流行元素个性搭配,彰显时尚个性化的简约美,充分诠释自由、活力、青春、健康、率性、激情的纽约时尚的动感和时代张力。百家好展现出自然、舒适、好动、可爱和朝气蓬勃的感觉,将牛仔和潮流融为一体,以年轻的眼光重新分析运动服,体现各种款式的概念。

晚报记者 陈静

朱言辣语

事件:MOTO中国裁员

11日,摩托罗拉有关人士确认在中国区裁减正式员工1000人。

点评:摩托罗拉没能笑到最后。经济疲软势头冲淡了消费者开支水平,进而引发了摩托罗拉手机销量的下跌31%,亏损为8.4亿美元,就在去年年末,摩托罗拉中国公司的研发团队被裁掉了近600人。目前中国市场的竞争也越来越激烈,在中高端市场有诺基亚、三星、索爱等对手,在低端市场又有“山寨机”围追堵截,种种迹象表明摩托罗拉想要走出泥潭有点难。

事件:等离子电视退市传言

据台湾媒体报道,欧盟拟禁止耗电量过高的等离子电视销售。

点评:如果属实的话,就意味着等离子电视将退出历史舞台。尽管业界对等离子与液晶之间在能耗方面到底有多大还存在争论,但液晶降价的冲击才是等离子面临的更大考验。因此,对

等离子企业来说,迅速在成本控制 and 节能技术提升两者间找到平衡点才是最为现实的。

事件:*ST厦华被暂停上市

2月11日,厦华发布公告称,其股票将从今年4月30日起暂停上市。

点评:尽管厦华称,亏损原因是由于国内外彩电市场竞争激烈,售价不断下跌,受国际金融危机影响,需求不振,销售量减少所致,在从CRT到平板的转型中,厦华电子靠惯用的价格战抢占平板电视市场,但随着外资平板频频发动价格战,在产业链受制于人的情况下,这使得厦华起死回生无望了。

事件:32英寸液晶价格缩水3/4

从家电连锁卖场了解到,国产品牌的32英寸液晶电视,均将最低售价降至2300~2500元的空前价位。

点评:从1万元降至2000多元,32英寸液晶

电视仅用了两年时间就完成了3/4的价格缩水,与CPU每过18个月跌价一半的摩尔定律相比,有过之而无不及。但按照当前的液晶面板供货价格,32英寸液晶电视成本1500元,因此,“价格战”仍然是企业快速提升销售业绩的最重要手段。

事件:DVD销量再次下降

根据赛迪顾问统计数据显示,2008年1~10月中国共销售DVD播放机1109.2万台,同比下降18.5%,销售收入同比下降20.8%。

点评:从2007年开始,DVD首次出现下滑,而2008年对于中国DVD播放机市场可谓危机四伏——人民币升值、金融危机的波及、知识产权使用费及专利费的困扰。与此同时,中国DVD产品出口正在经历前所未有的考验;劳动力成本急升、原材料成本高涨使DVD播放机的价格体系再度受到挑战;重大自然灾害也阻碍了DVD播放机的正常销售。

晚报记者 朱江华

一周他息

春装上市 打折争俏

春节刚过,冬装下市、春装上柜。过季和当季有着很大的区别,过季的冬装折扣打得触目惊心,当季的春装却是欲“折”还羞。

正道花园百货

活动时间:2月20日至26日

活动内容:羽西满480元送护肤5件套、满680元赠护肤6件套+化妆包;美伊娜多满280元送45ML莹白洗颜+10克EX隔离、满600元送45ML莹白洗颜+50ML莹白保湿+10克EX隔离+莹白4件套;贝佳斯满880元赠妍白亮彩6件套、满1180元加赠精美3件套;康妮娅三至五折;CARA一至三折;娜尔斯八五折;百瑞纳冬装五折起;诺琪冬装五折起;卡洛琳低至七五折;铂玺三五折;阁兰苏珊低至七折;安纳苏丝新品九折;MAX二折起;接吻猫低至80元;百丽09新品八八折;雅戈尔春装九折、持卡八五折;萨巴蒂尼春装九折;意大利沙驰正价满即免费定制绣名衬衣一件;老人头鞋部分款四折;喜来登新品八折;馨亭新品八折;平米新品九折;罗莱新品八折;彪马部分六至八折;魔术屋、巴布豆特卖低至三折。

正道中环百货

活动时间:2月20日~22日

活动内容:全场春装七折起;当日百货楼层购物满500元即可获赠时尚礼品一份(赠券不参加本次活动);正道中环首届西服文化节,西服全场超低特惠;名品大型特卖会:李宁全场二至六折,欧时力全场二至五折,Oasis低至三折,天恩全场三至五折……

郑州百盛购物中心

活动时间:2月20日至24日

活动内容:100当作200花;中厅特卖:NIKE、ADIDAS、KAPPA、CONVERSE、REEBOK、PUMA、MIZUNO低至两折;星期六换季特卖会低至150元;慧嘉莉特卖会低至80元;老人头皮具特卖会低至50元;黛安芬低至19元。

大商集团正弘国际名店

活动时间:2月20日~22日

活动内容:2009正弘春装新上市,全场低至七折;名品冬装一至五折;OMEGA、ROLEX等腕表有惊喜;2月21、22日凡在名表区购物,在原有折扣基础上再享超低特惠,并享受五至十倍积分;凭正弘VIP卡至总服务台更换新的白金卡、钻石卡、至尊卡;顾客持有效正弘VIP卡至总服务台冲减卡内积分换领积分礼品;瑞士贵族护肤SWISSLINE品牌09春季护肤养生酒会,为女性VIP顾客春季的正确护肤保养提供指导、建议。

大商集团紫荆山百货

活动时间:2月20日至22日

活动内容:周大生镶嵌类购物满5000元送埃维纳玫瑰耳环一对;卡佛儿全场四八折,新款八八折;达芙妮全场八八折,靴子低至120元;百丽、他她、天美意特卖99元起;卡文全场四折起;杰克琼斯凡购买正价商品2件以上,金额满888元再加39元送手表一块;珂曼全场三折起;纤春装九折,冬装满200减80;欧妮雅全场八折。皮尔卡丹男装全场西服六折,棉衣七折;胜龙新品上市全场八折,部分特价低至100元;博洋七五折,部分五折;丽婴房新品上市,全场服饰四折起;巴布豆、小猪班纳一件八八折,两件七八折,三件六八折;雪莲六五折;鄂尔多斯八折;金利来六折;飞利浦满399元以上送精美礼品一份;迪信通新品特价周。

晚报记者 冯刘克 实习生 童聪

“牵手2009” 百年德化延续精彩

2月12日,本报联合百年德化风情购物公园举办了“牵手2009”大型户外相亲会。活动现场非常火爆,原计划一个小时的相亲活动,整整又延长了一个多小时。

为了让此次相亲会很好地持续下去,满足更多对真爱充满渴望的男孩、女孩的交友需求,百年德化网站(www.zzbndh.com)在活动之后特别设立了“牵手2009大型网络相亲会”专栏,通过网站论坛陆续发布部分相亲资料,为大家提供一个长期的交友平台。百年德化希望借此机会能够在休闲、娱乐、购物之外,为年轻人提供一个更广阔更亲切的舞台。让你、我、他的时尚和快乐,都汇集在百年德化风情购物公园。 晚报记者 周倩