



五一小黄金周 郑州百货业逆势中获丰收

在刚过去的五一小黄金周,郑州各大商场都推出了各种精彩的促销活动,这点燃了市民的消费热情,郑州的各大百货商场的客流量比平时增加了数倍,客流的增多也带动了商场销售的大幅攀升,各个商场均呈上了一份满意的销售成绩单。其中,受季节的影响,珠宝、化妆品、服装的增长幅度较大。对于今年五一的这种销售业绩,许多商场的负责人纷纷表示,超出了预期。各大商场与去年五一期间的销售额相比,增幅也非常明显,其中一些商场的同比增幅甚至达到了70%。

晚报记者 冯刘克/文 赵楠/图

节日联动 增强效果

五一小黄金周带来的商机是显而易见的,郑州的一些商场并不满足于五一假日对消费的拉动,而是将五一活动和其他节日活动结合起来,增强五一的消费凝聚力,进一步提升销售量的增长。

郑州百货大楼的珠宝文化节与五一活动排在了同一个档期。“目前进入了一个黄金珠宝的消费旺季。我们趁着五一小黄金的到来,启动了首届珠宝文化节,活动效果非常好。看来黄金珠宝的消费号召力还是很强的。在活动期间,一些品牌为了配合珠宝文化节的开展,拿出了一些珍藏品进行展示,这些珍藏品的价格都非常昂贵,只是烘托现场气氛,并没对销售抱有希望,没想到的是一经展出,这些珍藏品就销售一空。”郑州百货大楼总经理助理

理张清红表示,“在珠宝文化节的带动下,郑州百货大楼的整体销售比去年同期提升了70%。前期为五一活动准备的赠品不到一天的时间就送完了。”

五一过后,接下来的节日就是母亲节。丹尼斯百货直接把五一和母亲节的活动结合在一起,整个活动从4月30日开始,一直延续到5月10日,活动时间长达11天,形成一个跨度更长、连绵不绝的节日活动,将五一的消费人群和母亲节的消费人群叠加在一起,实现了活动效果的最大化。丹尼斯百货人民路店店长张建设说:“通过这种节日联动,仅在五一期间,丹尼斯百货人民路店就取得了与去年同期相比增长25%的销售业绩。其中,新品对销售的带动作用比较大,比如LED电视、应季化妆品

和夏装等。”

折扣、返券、赠礼、抽奖等这些促销套路已经成为郑州一些商场的规定动作,在五一期间,更多创新的营销方式也开始在部分商场得以体现。大商新玛特郑州金博大店推出了冷餐酒会,让消费者在购物的同时享受到美食和周到的服务,这项服务在消费者中间产生了良好的反应。“五一是在春节后的一个销售高峰,大大超出了我们的预期,与去年同期相比我们销售额提升了70%,这与得力的营销方式是分不开的。我们的促销不是纯粹为卖东西而促销,而是更注重消费者的体验和感受,比如冷餐酒会就非常重视消费者的感官享受,为消费者的购物过程增添更多的乐趣。”大商新玛特郑州金博大店营销部长党玉玲介绍说。

提前介入 掌握先机

的销售情况也很好,我们趁机启动了五一活动。今年五一活动启动得早,消费高峰爆发得也早。我们在4月30日做的夜场活动吸引了众多消费者到场,购买力得到了集中爆发,形成了五一活动的一个亮点。”正道花园百货企划部经理张守军表示。

从去年开始,五一长假缩短,商家已经不能满足在节假日期间的促销,而是利用五一前后的时间,拉长促销周期,把缩短的时间给补回来,充分挖掘消费潜力。另外,提前启动五一活动也是为了争取更多的市场份额。在其他商场提早启动的情况下,如果没有动作就会陷入被动。其实,在另一方面,五一作为结婚高

峰,在商场的销售方面,从4月开始,婚庆相关的用品销量就开始增长,提前启动五一活动也能帮助商场拉动婚庆相关的百货消费。

在大商集团紫荆山百货副总吴铭看来,这个3天的五一小黄金周,许多消费者更愿意把时间花在短途旅游或者是购物上,这也是今年五一市场较旺的一个原因。针对五一,大商集团紫荆山百货另辟蹊径,策划了与众不同的营销活动,以实实在在的超低折扣和高价值、美观实用的礼品来回馈消费者。在这样的情况下,取得了同比递增22%的好成绩。在这个商战愈演愈烈的五一假期里,紫百无疑打了一个漂亮的迂回攻击战役。

商界快讯

紫百销售同比递增22%

5月1日假期,大商集团紫荆山百货及时调整营销思路,避开眼花缭乱的返券大潮,向广大消费者郑重承诺:“坚持诚信经营不动摇,坚持优质服务不懈怠,坚持商品价格不折腾”宣言,以实实在在的超低折扣和高价值、美观实用的礼品来回馈广大消费者,策划了与众不同的营销活动,取得了同比递增22%的好成绩。紫百以亲情为主打,以“向劳动者致敬”为主题,经过前期和品牌厂家深入沟通,达到了全楼商品折幅度保持同类商场最低水平的要求,且当日折上累计购物满500元可任选宜家精美礼品活动。“总要比你低一点”的实实在在的折扣实惠

陈静

郑百珠宝文化节拉动五一销量

郑州百货大楼从5月1日开始推出“爱·倾城”首届珠宝文化节。据了解,郑百五一销量与去年同期提升了70%,创造了一个销售奇迹。此次大胆举办珠宝文化节,并且获得消费者意外的追宠,有几个原因,首先百货楼50余年的老字号信誉保障,其次所有珠宝品牌都推出了收藏版,初衷本来只是供鉴赏,没有想到吸引不少高端客户出手购买。五一过后,珠宝文化节将持续到5月10日。

周倩

沃尔玛郑州商场启用新标识

沃尔玛郑州项目目前正在紧张筹备中,所开商场将启用新标识。新标识采用更加柔和的英文字体,去掉了“Wal”和“mart”中间原有的蓝色五角星,同时在“Walmart”后面增加了一个橙色火花。这个火花不仅代表灵感与智慧,更代表了沃尔玛是顾客省钱的智慧之选。沃尔玛美国的商场已经于2008年6月开始启用新标识。现有商场的标识将随着商场的正常装修计划逐渐更换,因此,对于顾客而言,在河南省内(洛阳目前沿用原有标识)将会出现两种沃尔玛商场标识并存的现象。

陈静

台湾美容专家 nancy 来郑解惑“熟龄肌肤”

5月10日,国际著名美容专家、台湾美丽新世界慈善基金会执行长 nancy 老师在郑州市大上海广场2层城市舞台,为郑州的母亲们带来 四场“熟龄肌肤保养全攻略”专题美容讲座,针对肌肤暗沉,黄褐斑,松弛,失去弹性,皱纹等皮肤问题提供解决方案。

鲁虹

见到宋炜的时候,他刚从洛阳赶回郑州。对于在郑州成长起来的商业人才宋炜来说,他的“商业人生”已经进入了洛阳时刻,更多的时间将在洛阳为大连万达的新项目万千百货做各种筹备工作。

郑州的商业从业经历无疑给了宋炜肥沃的滋养。在郑州的商业领域,宋炜已经摸爬滚打了多年,曾担任中原商贸城总经理和多个商业项目的负责人,对各种商业项目的运营模式了然于胸,同时也在品牌资源方面积累了丰富的人脉,如今的他换了新的名头——洛阳万千百货总经理。“万千百货是大连万达旗下的一项产业,虽然起步较晚,但背靠大连万达这颗大树,有着很好的发展前景。”

晚报记者 冯刘克 陈静

宋炜 开启洛阳版“商业人生”

万达的河南第一站

“河南人口众多,近年来经济发展迅速,市场空间巨大,吸引着众多商家进入。考虑到选址和市场竞争等多方面的因素,许多商业项目进入河南市场的时候通常会选择洛阳作为第一站,比如王府井、银泰、沃尔玛等均是如此。大连万达也选择了洛阳作为进入河南市场的第一站。”宋炜介绍说。

大连万达在洛阳的商业项目叫洛阳万达广场,位于繁华的涧西区,面积达到11万平方米,目前正在施工阶段,建成之后将集购物、健身、餐饮、娱乐等功能为一体,该项目将对繁荣洛阳涧西区的经济起到良好的促进作用。

“洛阳万达广场所处的雨新路与辽宁路交叉口的位置,是政府重点规划的商业中心地段,周边集中着众多的商业项目,是洛阳的新商业中心。”宋炜说,“洛阳万达广场是大连万达的第三代产品,属于城市综合体的概念。对于万达动辄达20万平方米的城市综合体来说,洛阳这个11万平方米的项目是一个小型城市

综合体,但是对于洛阳来说,这已经是目前最大的购物中心了。项目建成后,将全面引进万达国际影城、万千百货、大歌星KTV、国际大型连锁超市、大型家电连锁卖场等国内外一流主力商家。”

目前,项目建设进展顺利,施工人员正在进行综合购物中心的地下工程施工,土方工程已全部完成,预计将于5月初完成地下主体工程,整个项目预计将于今年年底开业。

万千百货的连锁发展

商业地产是万达集团的第一支柱产业。万达集团在全国首创了“订单商业地产”的全新商业模式,经过多年发展,万达商业地产已从第一代的单店、第二代的组合店,发展到目前的第三代城市综合体,成为中国商业地产的龙头企业。

“万千百货的出现适应了大连万达商业地产发展的需要。万达集团在全国40多个城市投资项目,已在全国开业19个万达广场。在万

达商业地产的发展过程中,许多合作的百货企业跟不上万达的开店步伐,万达需要自己的百货公司,与商业地产项目同步发展,取得更好的效果。”宋炜说,“针对发展需要,2007年5月8日万达推出了自己的百货商号,就是万千百货,目前正在哈尔滨、成都、西安和北京开设了4家店。”

万千百货是万达集团的新兴支柱产业之一,专营中高档时尚百货。据介绍,万千百货计划到2010年,在中国内地开业25家店,年营业额达到100亿元;到2015年,开业100家店,年营业额达到400亿元。成为中国一流的百货集团。

在宋炜看来,万千百货有着自己的优势。“许多百货公司面临着选址的难题,万千百货不存在这样的问题。众多集团商业地产项目位置优越,为万千百货提供了很大的发展空间。另外,依托集团优势,万千百货还掌握着大量的品牌资源,与众多的国内外一线、二线品牌都有很好的合作关系。”