



1对于手表销售来说,正常的情况是时不时来一个顾客,交易的形成也需要较长一段时间,这就造成了手表这种品类的商品出货速度比较慢。”郑州百货大楼股份有限公司洗化珠宝商场经理张跃军说,“上周六、周日,我们商场的手表销售却完全颠覆了这种正常的销售态势,从早到晚,人流络绎不绝,各个手表专柜都围满了前来购表的顾客,手表销量成倍增长。仅在这两天的时间内就达到了7月份半个月的销量。”

晚报记者 冯刘克 周倩/文 赵楠/图

第三届钟表文化节尽显“表”魅力

郑州百货大楼迎来手表销售旺季

上周六,由郑州百货大楼、郑州维多利亚钟表贸易有限公司和国内外知名品牌的经销商联合举办的第三届钟表文化节正式开幕。随着钟表文化节的开幕,郑州百货大楼的手表销售迎来了一次高峰,众多的手表品牌都取得了不俗的销售业绩。据了解,此次活动的主题为“表·真情”,整个活动将持续到9月10日。在此期间,众多精彩的活动内容将缤纷呈现。一方面是侧重经济效益的优惠促销,包括折扣、特价、赠礼和抽奖等环节,用以拉动商场的手表销售,形成淡季销售的一个亮点,并以此带动商场其他品类商品的销售;另一方面是侧重社会效益的文化活动,比如多个手表品牌的巡展,目的是让郑州市民进一步了解钟表文化,提升生活品质,进而树立郑州百货大楼良好的社会形象,扩大社会影响力。

人对品位生活的追求,也可以增添一些生活中的便利和外形上的魅力。对于年轻人来说,他们喜欢外观时尚的手表,现在很多大品牌十分注重开发这类产品,因为年轻人购买潜力较大。而上点年纪的人都有些怀旧心理,年轻时拥有某一款表的愿望没能实现,现在生活条件好了,他们往往想了结自己的这桩心愿,所以对传统品牌的经典款型比较青睐。”

3次免费更换电池的机会,机械表可享受1次免费清洗机芯的机会。

张跃军表示,在今后的活动中,郑州百货大楼除了准备更为充足的货源之外,还将完善人员的配备,进一步提升服务质量,应对顾客聚集带来的经营压力。他还透露,天骏、飞亚达、依波等品牌全国巡回展的郑州站活动将在下周拉开帷幕。

激情开幕 迎来旺销

8月8日,郑州百货大楼第三届钟表文化节正式开幕。此次活动得到了众多手表品牌的支持和关注,各个品牌的代理商或经销商代表悉数到场。开幕式上,郑州百货大楼还迎来了35位特殊的嘉宾,这35位嘉宾来自全国各地,是郑州维多利亚钟表贸易有限公司在各地的35家店面的店长。此次邀请35位店长齐聚郑州百货大楼,除了有让其相互交流经验的目的之外,更大的意义在于观摩此次活动,学习郑州百货大楼钟表销售区域运作的成功经验,并在各地加以推广。

随着郑州百货大楼第三届钟表文化节的激情开幕,商场的手表销售开始持续升温。为了应对越来越多的顾客,许多手表品牌不得不从外店抽调营业员,前往活动现场帮手,甚至一些厂家的工作人员都投入了销售工作。

“上周六、周日,趁着钟表文化节来买手表的顾客太多了。人流高峰的时候,我们都应付不过来。许多营业员都放弃了休息时间,从早上一直坚持到晚上十点半。”郑州百货大楼天骏表专柜的营业员说。

面对销售业绩,张跃军表示,没有预料到效果会这么好,“高中低档商品的销量都在动。梅花、天梭等瑞士名表的销量比以前增长了几倍。而价位较低的国产手表,简直是全线火爆,各个手表柜台都是人满为患。对于手表这种高档商品来说,能够有这样的销售局面确实是很难得的。”

“上点年纪的顾客通常对梅花、罗马等传统名表有着深厚的感情,这些人群关注的还是这些品牌的经典款型。而工薪族和学生群体关注的焦点则是价位适中的国产手表,外观时尚的款型非常受这部分消费群体的青睐。”张跃军介绍说,“随着人们生活水平的提高,人们对生活品质的要求也在提升。以精工著称的手表除了具有看时间的功能之外,现在还更多地被赋予了装饰的意义。一块合适的手表可以表达一个

积极筹备 延续精彩

总结这次钟表文化节首战告捷的经验,张跃军认为,这与众多品牌的支持、前期的充分准备、活动形式的多样化、大力度的优惠幅度等是分不开的。他表示,在活动开展的下一阶段,除了保持前期的优势之外,还将在货品、营销、服务等方面做更多的筹备工作,以期延续精彩,取得更大的业绩。

据介绍,参与郑州百货大楼第三届钟表文化节的品牌阵容十分强大,包括瑞士名表梅花、天梭、英纳格、罗马、天骏、绿琴、爵尼、依保路,日本名表东方表(双狮)、西铁城,国产名表飞亚达、罗西尼、依波、格雅、天海霸等众多品牌。为了增加活动的吸引力,这些钟表品牌均各自筹备了丰富的活动内容。一些品牌为了更好地配合文化节活动的开展,还纷纷在近期完成了新品的上货,包括梅花表的“大师系列”90周年特别限量版腕表、罗马表的“信心系列”、东方表的“心动”炫彩系列等。

在今后的活动中,各种优惠措施将继续开展。其中,瑞士英纳格实行全场特惠,推出特价款;瑞士罗马表全场九折销售,天骏表全场特惠,推出部分特价款;瑞士绿琴、爵尼、依保路全场八折销售,推出部分特价款;日本双狮全场八点五折销售,西铁城全场八点八折销售,部分款型实行八折销售。在国产名表领域,折扣更加诱人,格雅全场八折销售,依波表全场七点五折销售,天海霸全场七折销售,飞亚达全场八折销售,罗西尼全场七点五折销售,其中,天海霸和罗西尼均有特价款推出,而飞亚达将特别为此次活动推出10款特供表。

免费服务项目也是郑州百货大楼第三届钟表文化节的一个亮点。活动期间,该商场手表维修中心推出了多项免费特色服务,包括为手表用户清洗外观、拆卸表带、校对时间、测试防水性能、检测走势等。另外,如果用户需要更换零配件,还可享受八折优惠价格。

除了各种优惠政策和特色服务,郑州百货大楼还为消费者准备了丰富的赠品,消费满一定的金额就可获赠相应的礼品,这些礼品包括小饰品、太阳镜、迷你电扇、电子秤、茶具、保健足浴器、VIP手表保养卡等。值得一提的是VIP手表保养卡,获得此卡即意味着享受多项终身免费服务项目,这些服务项目涵盖了拆卸表带、超声波外观清洗、外观保养、防水测试和检测手表走势。除此之外,石英表还可享受

明星助阵羽绒服反季销售

陈志朋明日现身郑州百货大楼

人们对羽绒服反季销售的关注度持续下降,优惠的价格已经难以激发消费者的购买热情。为了刺激市场,郑州百货大楼和波司登将对今年的羽绒服反季销售注入一支强心剂。8月15日,波司登集团邀请陈志朋亮相郑州百货大楼,以明星效应助阵羽绒服反季销售。

明日,“09反季就是便宜,波司登携手陈志朋相约郑州百货大楼‘将刮起一场’朋旋风”,为羽绒服反季销售推波助澜,营造强大的声势。活动开展同时,波司登旗下各个品牌羽绒服也将以最好的产品、最优惠的促销内容呈现给消费者。

波司登集团旗下的世界名牌“波司登”、中国驰名商标“雪中飞”、中国驰名商标“康博”、都是家喻户晓的大品牌。波司登连续13年代表中国防寒服向世界发布流行趋势,波司登羽绒服连续14年全国市场销量遥遥领先,创造了一天销售超亿元,当月销售超20亿元的中国服装销售吉尼斯记录。同时,中国羽绒服行业领军品牌波司登还荣获了“2006中国十大世界影响力品牌”、“2006世界市场中国行业十大品牌”和“中国服装行业最具价值品牌”等多项殊荣。作为市场领先品牌,此次波司登邀请陈志朋助阵羽绒服反季销售,正是承担起了自己的社会责任,为行业的发展和市场的拓展做出自己应有的贡献。

此次活动的巨星人物陈志朋是风靡一时的小虎队成员之一,是国内拥有众多粉丝的偶像人物。当年曾经是一个流行时代的小虎队早已成为娱乐史上的一大奇迹,随着两岸三地的交流加深,陈志朋在内地的发展一帆风顺。陈志朋是国宝级昆曲大师汪世瑜的第五个弟子。他曾演出的音乐剧《张国荣负距离接触》震撼了所有的观众,主演过热门电视剧《还珠格格》,至今热映经久不衰。他个人的音乐作品《舍不得》、《记住你的香》、《霸道的温柔》、《情茧》等一直被人们传唱。

为答谢消费者,波司登、雪中飞、康博09反季就是便宜,8月13日至16日,五楼特价卖场68元至298元,单日累计购满298元再送遮阳伞一把,原价238元现价128元,原价358元现价158元,郑百羽绒09反季全场二点五折起。

