

双节共聚同一假日 中国红受商家热捧

经济潮涌 郑州5家企业进账3亿

精心备战 激活市场

十一8天长假消费需求呈现集中爆发状态,蕴藏着巨大的市场机会。根据往年经验,各个商家均在黄金周绞尽脑汁推出促销活动,让消费者目不暇接。由于今年十一黄金周比往年多了一天,消费者有了更多购物消费的机会,而传统节日中秋节更是人们走亲访友的最佳时机,“国庆”、“中秋”双节共同推动了郑州消费市场繁荣活跃。

十一黄金周期间,各商家纷纷采取各种促销手段吸引顾客,精心策划了一系列让利销售和回馈消费者活动,满足消费者的节日消费需求,通过推出丰富多彩、形式多样的促销活动来吸引顾客。各个商业零售企业纷纷推出各项优惠活动,包括商品打折、优惠让利、现场抽奖、赠送礼品等各种方式,赚足了人气。同时,商家根据今年“国庆”、“中秋”双节相逢的特点,纷纷调整销售策略,推出了与双节相关的商品让利,通过节日商品的让利活动达到了促销目的。

“今年的十一国庆和中秋节靠得很近,两个节日合并放假长达八天,这在我国近年来比较少见。节日假期往往是旺销的时候,根据往年的经验,仅仅一个十一长假,部分商家的销售额就能超过平时单月销售总额,再加上今年又恰逢中秋节,各个商家瞄准这个多年不遇的长假,更是在活动的策划方面下足工夫。”河南省商业经济学会秘书长宋向清表示,“中秋节作为我国传统的节日,被国人重视的程度仅次于春节,走亲访友、馈赠礼品也是这个节日的主题,这一主题无疑也刺激了十一黄金周的礼品消费。”

十一长假给消费者提供了充裕的购物时间,给消费者的外出购物创造了良好的条件,各大商场客流量均有所增长。传统大型商业企业凭借商品资源、经营管理资源和经营环境资源等优势,继续主导市场销售,吸引主流消费者,对市场的拉动效应明显。

花园商圈 日益成熟

“从今年十一黄金周的销售业绩来看,花园路商圈正在走向成熟,消费者对这一新兴商圈的认知度和熟悉度正在进一步提升,一些消费者已经形成了到花园路商圈购物的习惯。与此同时,大商新玛特郑州总店的影响力也在日益扩大。这家店开业以来,一直是亮点不断、热点不断,营销新招迭出,消费者都愿意选择在十一黄金周这样一个长假里到我们商场来看看。”大商新玛特郑州总店副总经理李秋总结今年十一优异销售业绩取得的原因,他说,“我们商场的营销创新很有特色,每次都能推出新的营销方式和方法,这对一些消费者来说非常有吸引力,吸引着他们到我们商场尝试新鲜事物,体验实惠购物。十一期间的联盟活动也为提升销售作了不少贡献。我们与银行、汽车销售商和地产商联合推出的联盟活动整合了各方的资源,直接为商场带来了大量的客流,促进销售的效果十分明显。包括此次我们与洛阳、开封、新乡、焦作四个地市联合推出的地市购物节也是一种很好的尝试,利用长假的机会,展示各个地市的本土人情和土特产品,加强沟通和交流,针对地市消费者开展专享优惠。从我们商场地下停车场的车辆牌照就能看出来,地市购物节活动效果显著,对带动周边地市消费者到郑州消费发挥了很大的作用。”



冯刘克 图

“今年十一黄金周,各个商场竞争的激烈程度超过往年。这从一些商场纷纷抢跑,提前启动十一活动的做法就能看出来。在十一假期之前,郑州商业已经显出了硝烟弥漫的氛围。”大商新玛特郑州总店总经理孙亚杰说。

今年的国庆节和中秋节靠得很近,两个节日合并放假长达八天,这在长假制度实行以来是不多见的。加上今年又恰逢新中国成立60周年,其意义显然非同寻常。对于这样一个重量级的节假日,郑州的各家商场超市纷纷以重量级、大力度的营销活动与之对应。一些商场甚至提前启动了十一营销,争夺更多的市场份额。郑州各家商场超市的精心筹备取得了丰硕的成果,十一期间,不俗的销售业绩让商家笑逐颜开。

10月8日晚间,商务部公布的黄金周期间市场监测数据显示,今年十一黄金周期间,全国实现消费品零售额约5700亿元,创下历史新高。日均零售额比去年十一黄金周增长18%左右。从商务部重点监测的零售企业来看,贵州、重庆、河南零售企业销售额同比增长位列前三。走在全省前列的郑州商业更是业绩突出。据河南省商务厅公布,郑州市十一消费市场保持繁荣,五家商业企业销售额增长三成。市场整体商品充足、繁荣活跃,呈现出人气足、消费旺的特点,节日气氛浓烈。据监测,十一黄金周,郑州市商业5家大型企业共实现销售额3亿元,同比增长33%。

晚报记者 冯刘克



赵楠 图



冯刘克 图



赵楠 图



赵楠 图

提前抢跑 获益颇丰

“整个十一黄金周的销售呈现两头高、中间低的态势。中秋节当天的销售在十一期间是业绩最低的一天,这可能跟人们中秋节全家团圆的传统习惯有关系,另外一些外出旅游的市民也选择在这段时间走出郑州。在一些外出旅游的人群归来之后,也就是7日、8日,郑州的气温突然降低,这对服装的销售有一个很大的促进,所以假期即将结束的时候,消费又出现了一次回升。”丹尼斯百货人民路店店长张建介绍说。

其实在今年的十一营销大战中,一些商场选择了提前启动十一活动,这些商场抢占了市场先机,获益颇丰。北京华联在9月11日借周年庆的机会启动促销活动,与十一促销连成一片。从十一黄金周前的活动效果来看,北京华联的客流量增长明显,销售业绩有了很大的提升。北京华联营业部经理单洁说,该店的店庆和国庆、中秋档期相邻较近,提前启动活动,拉长活动周期有利于提前抢占市场,同时有利于刺激消费者购买的意愿。北京华联郑州商厦企划部经理李国友提出,“十一恰逢换季,也是结婚的一个高峰期,长假又能带来很多外地的客流,众多因素都在说明一个消费的旺季来到了,在这个时候,显然不能只看着别人去抢市场份额,自己无动于衷。”

9月18日,大商新玛特郑州金博大店以“预购风暴”启动了十一营销活动。“预购风暴”达到了预期的目的,对销售的拉动作用十分明显,尤其是在珠宝、名表等品类的销售方面,消费非常集中。其中珠宝、名表的销售达到了日常销售的三倍以上,而男装的销售更是达到日常销售的六倍。而9月19日,作为十一活动的一个序幕,大商新玛特郑州总店举办了一场会员活动。当天,该商场日零售额达8100万元,加上团购销售的3600万元,当天销售额已过亿元。

营造氛围 和谐消费

“假期制度调整后,十一成了一年当中少有的长假,今年又是新中国成立60周年,对于这样一个节日,一方面商场十一活动的优惠力度很大,另一方面我们还注重营造安详和谐的购物环境和节日氛围,在十一期间,为消费者提供了一个舒心放松的购物场所。”张建表示。

“今年我们在国庆氛围的营造方面下了很大的工夫,在国庆节期间表现出了一个优秀企业应有的形象。”正道花园百货企划部经理张守军说。

对于新中国成立60周年这一主题,大商新玛特郑州金博大店在商场氛围上做了精心布置。商场门口的全新形象设计,中厅和专柜的装饰布置,甚至员工身上的装饰品都突出了国庆的浓浓气氛。“现场氛围突出一种‘中国红’的感觉,与国庆的主题十分贴近,把国庆的氛围渲染得十分到位。”大商新玛特郑州金博大店的负责人介绍说。

面对消费旺季的来临,已经拥有国庆和中秋两个促销节点的商家意犹未尽,纷纷又推出自己独有的节日。除了大商新玛特郑州总店推出了地市购物节,正道中环百货也推出了行业联动的大型购物节。今年十一期间,百年德化风情购物公园延续惯例推出了第三届金秋购物节。在此次金秋购物节中,除了各种折扣、抽奖、赠礼等营销手段之外,百年德化风情购物公园还推出了文艺演出、才艺比赛等众多的文化活动,通过这些丰富的文化活动,为年轻消费群体提供了一个很好的展示平台,同时更好地与园区休闲、娱乐、购物等功能相契合,为消费者营造一个实惠购物、休闲娱乐的十一好去处。活动期间,百年德化风情购物公园整个园区装扮一新,许多地方都非常适合观光和留影,为消费者创造了一个轻松、休闲、惬意的环境。