

“激活消费”从何做起(报道一)

寻找打开节后市场的金钥匙

十一假期已经过去半个月了,广大市民利用8天国庆长假纷纷走出家门,欢喜购物的镜头至今让人记忆犹新。在假期里,精明的商家趁机打出促销广告,吸引百姓消费。在二七、碧沙岗、紫荆山和花园路与农业路等传统的或者新兴的商圈里,商家使尽浑身解数,最终也赚得“锅满盆平”,然而,十一长假过后的10余天内,略显寂寞的商家在等待的同时,也在试图通过新的营销手段来赢得市场的更大份额。

晚报记者 樊无敌/文 赵楠/图



商家如何直面淡季市场

从9月15日到21日的近一个时间内,记者先后对郑州市内的近20家百货商场、超市进行了采访,在采访中记者亲身感受到,随着国庆假期的到来,如果你驱车经过二七广场等商圈,会发现原本只需要5分钟的路程,往往要花上半小时。这里人流熙熙攘攘,车水马龙。商家打折,各种路演活动此起彼伏。

可以说,十一假期郑州商业的繁荣与节后相对的冷清场面形成了鲜明的对比。“因为促销,所以疯狂,大力度打折拉升了很大的销量。”河南社会科学院副院长刘道兴分析说,“风光背后,难掩尴尬。通过仔细分析后不难发现,平均每位客人的客单价其实是下降的,客单价正说明了消费者的消费信心和支出能力。”

持此观点的不仅是作为专家的刘道兴,不少商家也持这样的看法。“因为透支,所以看淡,

未来的一个多月时间里,随着天气的逐渐变冷,不少消费者出门次数相对减少,因此比起十一假日,百货商场生意变得相对淡一些,也属于正常。”在谈话中,大商集团郑州地区集团总裁皇甫立志先后多次用了“相对”这个词,他表示,“现在似乎消费者在近期透支了此后一两个月的消费额度,但淡与不淡是相对的,大商所属的各个商场在经过短暂的总结调整之后,由于营销策略深受消费者的认可,现在销售业绩依旧很好。”

“今年下半年以来,随着国家经济形势的好转,不少人对金融危机没有了去年那种‘恐惧’的意思,特别是今年10月1日是新中国成立60周年,还有中秋佳节也在这个长假里,因此,消费热潮在全球金融海啸的吹袭下依然呈升温趋势。据郑州市商务局市场运行监测处监测,十一黄金周,各商家纷纷采取各种促销手段吸引顾客,丹

尼斯百货、大商新玛特、郑州百货、紫荆山百货、郑州华联等5家大型商业企业共实现销售额3亿元,同比增长33%。肉类、蔬菜、米、面、油、蛋等生活必需品价格基本稳定。

这是个惊人的数字,即便我们未曾遭遇经济低迷。不过此时此刻,站在第一线的商家们开始担忧另一个问题——民众的消费力会不会因此而透支?接下来的一段时间内,特别是距离元旦、圣诞节和春节等节日还有一段时间,自己该怎么应对?更重要的是十一长假过后,会不会出现销售量“飞流直下三千尺”的窘境。

面对这个问题,包括大商郑州集团所属的国贸总店、金博大店、紫荆山百货大楼,还有正道花园、丹尼斯花园店和人民店、郑州百货大楼等商家纷纷着手研究下一步战略。但究竟谁能真正找到打开节后市场的金钥匙?或许只要维持节前水平就已经相当不错。

十一长假已掏空消费者口袋?

“今年比较特殊,国庆节和中秋节在同一个月,而且今年还是新中国成立60周年。”郑州百货大楼董事长兼总经理朱赵霞接受本报记者采访时分析说,“确实如此,正因为此特殊性,本次的消费潮爆发力甚为惊人。商家让利清库存,消费者敞开了钱袋重新定义性价比,背后推波助澜的还有来自政府层面的主观能动性。”

“打折力度很大,东西确实便宜。”接受记者采访时,姜女士向记者表示,趁着打折热潮,她花费了3000元不到,就买了在平时贵很多的衣服。家住商城路上的王女士则选择在这个全城“折扣”时在丹尼斯和易初莲花添购了不少油盐酱醋。“反正这些东西平时也用得着,都是生活必需品,买着比平时划算。”刚搬新家的杨先生则趁着消费热潮淘汰了家里用了多年的29英寸长虹电视机,换了台价值7800多元的长虹液晶电视。“想买很久了,一直下不了手。快十一长假了,电视机价格下调,节日期间在家比较休闲,可以多看看电视和DVD,在我看来倒是出手的时候。”

打折超市

郑州百货业进入了一个店庆集中的节点。一般来讲,每逢店庆,商场的优惠力度就会加大。趁着各家店庆,正好淘些实惠。

大商新玛特郑州金博大店

活动时间:10月23日~25日

活动内容:百货服饰五折起,各大品牌超低折扣。百货服饰现金购物满498返100服饰券;珠宝现金满3999返500服饰券(黄金、白金不参加);名表现金购物满5999返750服饰券;合资品牌手表现金购物满1999返250服饰券。

大商集团紫荆山百货

活动时间:10月23日~25日

活动内容:周大生满额赠礼,进口名表全场八折起,欧珀莱、玉兰油、羽西、美宝莲满额赠礼,百丽单鞋四折至五九折,靴子六九折到七九折,爱步会员持卡九折,欧妮雅全场九折,杰克琼斯满额加值送,ONLY满额加值送,馨罗、罗莱、博洋、维科床品低至八折,丽婴房满300减60。

正道中环百货

活动时间:10月23日~11月1日

活动内容:当日百货购物满380元、980元、1980元、3980元、9980元、21800元即可获赠不同档次礼品一份;当日百货购物满380元即可参加抽奖,赢取40英寸液晶电视、百货礼金券大奖。VIP金卡、钻石卡冲减卡内3500分,VIP普卡冲减卡内5000分可兑换50元百货超市通用礼券;10月29日出生的卡友购物即可凭会员卡及身份证领取“生日蛋糕”票一张;当日升级转卡或办理一卡通会员卡即可获赠限量版“庆典纪念小型张”一套+佳哺火锅美食餐券一张;当日购物满500元即可优惠办理一卡通金卡。

郑州百货大楼

活动时间:10月24日~30日

活动内容:2009年秋冬新款新品展示推介,全场低至三折。顾客购毛衫商品凭当日小票,单柜满380元即可获赠相应礼品。羊绒产品方面,鄂尔多斯部分特价低至三折,雪莲、鹿王、兆君、帕罗七五折,皮尔卡丹六八折,圣雪绒三至六折,珍贝五至七五折,米皇三至八五折,靓姐五折;在羊毛衫方面,恒源祥、天山、金利来、三利、浅秋、花花公子、人头鸟、尼特维尔、培蓉七至八折。

冯刘克

郑州百货异业联盟迈向深度合作

实现资源整合

两个不同行业的商家,通过建立联盟合作的关系,实现资源、信息、消费群体等方面的共享和互补,从而达到降低成本、扩大影响、提升销售的目标。这种异业联盟的形式正在成为当下商家之间合作开拓市场的一种流行模式。竞争激烈的百货行业对此模式更是十分热衷,郑州的多家百货商场已经与金融、汽车等行业的商家纷纷展开各种形式的联盟活动。近日,大商集团与裕华汽车集团之间签署的战略战略合作协议更是将这种联盟活动推向深入。

据介绍,大商集团和裕华汽车集团今后将开展多种形式的联盟活动,包括裕华车友和大商会员联合聚会沙龙、裕华车友大商集团专场购物日、裕华车友置换大商集团VIP会员卡、大商集团会员裕华专场汽车选购节、大商集团会员汽车试驾月等,另外,大商集团还将把裕华汽车集团作为自己的汽车选购唯一合作商,消费者也可以使用大商集团的“团购卡”直接在裕华汽车集团下属的所有汽车销售4S店选购汽车。

大商集团郑州地区集团董事长皇甫立志表示,大商集团和裕华汽车集团分别是商业零售领域和汽车销售领域的领军人物,双方建立战略联盟合作关系,是商品营销方面的又一创新。这种异业联盟的模式,形成了不同行业、不同领域的会员联动、商品互动,更把市场竞争从同业态之间的竞争转化升级到特色竞争、联盟竞争、优势竞争。

此次建立联盟关系的大商集团和裕华汽车集团在不同的领域拥有各自的优势,两大商家的强强联合将各自的优势进行了整合,形成了更强的竞争力,势必在中原经济的发展中发挥更大的影响力。各种联盟活动的推出也将为中原消费者提供了更多的商品优惠和服务升级,为商界新型的创新联盟模式打下一个良好的基础,同时也将会给双方带来一个新的发展空间。

与金融、汽车、通信运营商等行业密切合作,共享会员,举办联盟单位的专场活动,推出针对联盟单位会员顾客的专享优惠等,随着郑州百货业异业联盟的广泛开展,这些合作形式已经司空见惯。近日,这种联盟单位之间的合作领域进一步拓展,郑州百货业的异业联盟开始走向深入。10月20日,大商集团与裕华汽车集团战略合作协议在大商新玛特郑州金博大店签署。签约双方表示,今后将在消费领域展开各种形式的合作,除了会员共享、活动联动等基本形式之外,消费者还可以使用大商集团的“团购卡”在裕华汽车集团下属所有汽车销售4S店选购汽车,这种联盟合作的模式无疑更加深入,已经触及到具体销售层面的合作。在大商新玛特郑州金博大店负责人看来,这种更加深入的联盟合作模式涉及资金结算,需要建立在双方高度信任的基础之上,一般适用于两个行业的领军企业之间。

晚报记者 冯刘克 许琳琦/文 赵楠/图



创造共赢局面

内,大商集团将加大对中原地区的投入力度,使河南省的店网总数达到50家,年销售规模达到100亿元,成为中原地区最大的百货零售集团之一。

而裕华汽车集团目前是中原地区最具影响力的汽车销售集团之一,旗下拥有一汽集团、上汽集团、上海通用、东风汽车、神龙汽车、北京现代、长安汽车、沈阳华晨等29个汽车品牌的4S店,经营场所40万平方米,年销售额达到50亿元,市场占有率接近30%,在中原乃至全国汽车销售服务领域占有举足轻重的地位。

此次签约拉开了裕华汽车集团与大商集团战略合作的大幕。“我期待通过这种跨行业的深度合作,实现资源整合,打造综合服务、消费购物的平台,创造共赢财富,共同书写纵横中原的辉煌篇章。”裕华汽车集团总经理苗社表示。

在签约双方看来,此次合作将会给大商集团、裕华汽车集团和消费者带来三赢的局面。通过会员的共享、活动的互动,商家将获得客流增加、销售提升的收益,而消费者也可获得更多便利、实惠、高效的购物和服务体验。