

双节将至 “礼品经济”引爆市场

咨询电话:0371-67655031



进入12月份,圣诞节、元旦、春节等几大节庆便会接踵而来,传统的消费习俗在绿城支撑起一个潜力巨大的新经济门类——“礼品经济”。近日,记者在走访市场时发现,礼品市场已经因为元旦和春节的临近开始热闹起来。为此,本报将启动“为消费者省钱”计划,派出各路记者走访各大超市,探寻出放心、实惠礼盒陆续在本报一一展示,供市民参考。

晚报记者 聂广利/文 赵楠/图



“礼品经济”开始撬动市场

“元旦、春节是礼品市场旺季,进入12月份我们已经开始了大单采购计划,备足了12月至春节期间的商品。而且今年我们增加了一些礼品盒的品类。”郑州市某超市尹先生在接受记者采访时表示,“对超市来说,双节销售是一年之末的重要销售期,这短短一个月的营业额,可以占超市一年销售额的百分之二十,今年的元旦和春节两节中间相差一个月的时间,超市的销售旺季也能如愿加长,因此提前开卖各个节日的货品,成为超市都看中的机遇。”

烟、酒、糖、茶是礼品市场的传统消费品,记者在走访时发现,厂家已经悄然启动其礼品市场的销售。除了传统礼品外,人参制品、粗粮、蔬果礼盒等天然滋补的健康食品也登上消费者的礼品名单中。“春节送礼,我希望礼品能

更有益于健康和提升生活质量。”市民唐小姐的话代表了不少消费者的心态,也反映了礼品市场新的消费动向。

位于郑州经三路的世纪联华大卖场,米、面、奶制品销售旺季的“大战”也已经引爆。商家们已经开始了大规模的降价让利活动,包括伊利、蒙牛等在内的各大知名品牌均开始了降价促销活动,且相关活动将延续至春节之后。销售人员告诉记者,目前做降价促销活动的品类都是店里销售比较好的品种。

据抽样调查,大型零售卖场各类礼品在双节期间销量与平日相比,同比增长30%,销售额同比增长26%。巨大的消费量孕育了广阔的礼品市场,礼品销售数量之巨,品种之多,已经使其成为一个独立的产业体系。

礼品市场仍有“鸡肋”

礼品市场的迅猛发展引起人们关注,同时它的一些软肋也暴露出来。某卖场负责人告诉记者,尽管礼品消费的前期市场看好,但也表现出对后期市场的忧虑。“确切地说,礼品消费最大的特点就是没有延续性,在节日经济中,目前礼品消费只是消费市场中的一个环节,商家最担心的是礼品的节后市场,往往是在节日来临前半个月开始,就提前引发节日消费,在节日期间达到高潮。但随着节日过去,商品的‘礼品味’越重,销量就越低。”

某工艺礼品店的一位老板直言不讳,现在做节日礼品销售,简直就是在赌,进货量大了,担心节后难以脱手,进货量小了,又怕供不应求,白白失去商机。

不过,也有人认为,礼品市场存在鱼目混珠,礼品外表光鲜,但是内容一般,而且价格不菲,有些华而不实,连一些透明的礼盒也是“犹抱琵琶半遮面”。在采访中有些市民认为礼品盒确实为选购节省了时间,有些则对礼品盒的价位以及包装内产品的品质持观望态度。

针对礼品市场的现状,有关专家认为,礼品市场的经营者应该端正经营态度,正确看待营销策略,从产品质量本身以及其个性化、实效层面深作钻研,而并非依靠表面“华而不实”的外部包装获得效益。通过对顾客以及消费人群的细致调查工作,了解民情民生,做出最果断贴近市场的营销决策。另外,企业应更加注重礼品的个性化和品牌化效应。



本报启动“为消费者省钱”计划

基于此,郑州晚报以其公正的态度、严格的评选流程和强大的影响力,特推出“为消费者省钱”计划。旨在节日期间为广大消费者打造最符合需要、最实惠、最放心、最权威的礼品消费指南。

据本报组委会相关负责人介绍:在深入走访各大超市商场期间,无论是老牌“大腕”,还是新兴的贵族新秀,无论是米、油、面、奶制品、营养品,还是白酒、茶、土特产,我们都将“一网打尽”,对入围的放心礼品,我们将以最充足的版面在活动期间,对这些礼品所包含的品类、内容进行细致详尽的推荐展示,让广大消费者对礼品有一个更全面、更深入的了解,为消费者购买前打下坚实的基础。

活动时间:即日起至2010年元月5日

顶级品牌荟萃

上演完美折扣风暴

折扣风暴

活动地点:8个连锁店

明视达眼镜倾力打造郑州太阳镜品牌折扣中心

活动期间 众多国际顶级品牌一律7折

真正的平民价格 至尊享受

更多活动详情请咨询 明视达眼镜旗舰店(郑州华联商厦一楼) 电话:66241954

友道店: 郑州二七广场友道大厦一楼 电话:66965511	花园路店: 郑州花园路82号(纬二路路口) 电话:65957568
经三路店: 郑州经三路与农业路交叉向北600米路西 电话:60919548	文化路店: 郑州文化路101号(省党校对面) 电话:63828020
东风路店: 郑州东风路5号附15号轻工业学院门口 电话:63938033	南阳路店: 郑州南阳路159号眼镜市场大门北侧 电话:63751683
建设路店: 郑州建设路6号附1号 电话:67979280	

明视达眼镜 MINGSHIDA OPTICAL

明视达眼镜 品牌折扣风暴席卷郑州

顶级品牌一直以来都以高高在上的姿态,令普通消费者望而却步,但是对品质的追求一直是我们郑州人生活品位不断的追求,经过多年积淀,明视达眼镜汇聚了众多顶级品牌,即日起至2010年元月5日,旗下八店联动,真实实惠,真正打造郑州最低顶级名品折扣。

八店联动,全线出击

明视达眼镜在本次活动期间,8店联动,三大顶级太阳镜全线出击。

Dior
品牌发源地:法国
创始人 Christian Dior,是将传统带入现代功能主义革新中的极重要的设计师之一。他的设计天分就如同他对艺术的热爱,天生而不做作。极富性格且略带夸张的设计,加上独树一帜的造型,Dior太阳镜拥有自我独特的华丽风格,同时融合敏锐的时尚创作魅力。

GUCCI
品牌发源地:意大利
尽管时装牌子令人眼花缭乱,GUCCI的风格却一向被商界人士垂青,时尚之余不失高雅,这个

意大利牌子的太阳镜与她的服饰一样,一直以简单设计为主;另外优雅而富有创新的太阳镜,由于独特的附加装置设计使太阳镜片可以轻松更换。

RAY-BAN
品牌发源地:美国
响誉全球的美国品牌“雷朋”,多年来以独特的风格,无以伦比的品质,成为了太阳镜精品的典范。如今,走遍世界各地,“雷朋”依然是最受欢迎的太阳镜品牌。从品牌创立至今,“雷朋”一直是世界上最畅销的太阳镜品牌。支持这一成绩的,是“雷朋”一贯的高品质和优雅设计。永恒的设计、简洁的款式和质优的风格,无疑成为了“雷朋”这一品牌走过近70年后仍然经久不衰的重要元素。

超前一步,名品引领潮流

冬季本是太阳镜的销售淡季,但是富有远见的明视达却超前推出“时尚冬季,玩转太阳”的活动,活动期间,购买部分来自意大利、法国、德国、日本等国际顶尖品牌Boss, police, Ermenegido, Zegna, FRED, montblanc, emporio, armani, prada, citizen, BVLGARI, LONGINES, Dior, RayBan, s.t.doupoint, ports等任何一款太阳镜,均可享受七折的低折扣,时尚与实惠的真正完美邂逅!让郑州市民提前享受了一场时尚的太阳镜盛宴。

晚报记者 聂广利/文 赵楠/图