

金博大 掀起圣诞购物潮

昨日,大商新玛特金博大店在圣诞活动期间精心准备的《圣诞狂想曲》第二乐章——热舞心律开场,用年度极限折扣引领了圣诞节商业上的盛典。当晚,该店再次打破销售记录,创造了又一个奇迹,为该店2009年的全年销售添了一个加速器。 晚报记者 冯刘克/文 赵楠/图

极限折扣点燃购物激情

在活动现场,新玛特金博大店成了一个购物娱乐的舞台,该店在货品的准备上,进行了充足的备货,保障了该日消费者在商场中能购买到称心如意的商品,加上工作人员的热情服务和卡通人偶、圣诞老人在现场中助兴演出和发放糖果及与顾客玩游戏,调动了商场平安夜美丽的风景,大商新玛特金博大店用真诚的服务、激扬的热情和大力度活动,结束了圣诞节平安夜的这场热舞盛宴,用极致疯狂的折扣回馈,让中原地区广大消费者饱餐了一顿。

创新营销引来商家参与

12月24日,极致释放的购物激情,让新玛特金博大店成为中原的焦点。商场内,众多品牌的参与,符合了广大消费的口味,大商新玛特金博大店用独特的眼光锁定2009年最后一个盛大节日,展开了又一次的真诚回馈,真正的优



惠,释放了该店此次热舞心律的主题,同时广大消费者也是满载而归。现场购物的顾客王霞女士说:“新玛特金博大店总是以顾客的角度着想,做为商场的会员,今天买化妆品还能享受到30倍的积分,真的很划算。”而新玛特金博大店的负责人表示:“我们用新颖的创新思路,来做到真正的营销活动,用我们最真诚的营销活动来进行回馈。”

大幅度优惠让利消费者

随着新玛特金博大店圣诞狂想曲第一

乐章的铺垫及平安夜激情点燃的回馈高潮,12月25日~27日将会再次展现璀璨聚焦的时刻,用购物满额6档豪礼大赠送的活动来助兴圣诞热点,而做为商场百货服饰将五折起,进行圣诞品牌折扣来回赠消费者,同时随着年末的临近,会员积分清零的倒计时,再次融进了每消费卡内积分5000分兑换50元礼券活动元素。在活动期间,该店还推出了女鞋“90元现金当作200元花”及羊绒“50元现金当作100元花”的活动来回赠广大消费者。

卖场加品牌 双重优惠等你来

自从12月5日促销活动开始,郑州商业大厦羽绒服大卖场几乎每天都是人潮涌动,前来购物的消费者手里提着大包小包,穿梭在各个品牌专柜之间。



卖场 买赠、抽奖双重优惠

作为全省营业面积最大的专业羽绒服大卖场,商业大厦4楼和5楼汇集了波司登、雪中飞、康博、雅鹿、鸭鸭、冰川、冰洁、鸭宝宝等200多个知名品牌,据商业大厦羽绒服大卖场经理介绍,卖场内的品牌之多,品种之全,绝对能够让不同年龄段消费者在这里选购到心仪的羽绒服。

“这次活动参加品牌非常多,除了单个品牌优惠促销之外,我们大卖场另外还为消费者送上了双重优惠。”管理人员说。凡在商业大厦羽绒服大卖场购买单件满100元,凭购物小票可参加抽奖活动,中奖率100%。其中奖品设置有:特等奖空调一台,一等奖名牌自行车一辆,二等奖精美餐具一套,三等奖为羽绒服专业洗涤剂、纪念奖是洗涤膏。在抽奖现场,许多消费者脸上都挂满了笑容。“特价买了件羽绒服,抽奖还中了辆自行车,这活动力度,真是不多见。”

商家 品牌折扣低至三折

据介绍,参加这次活动的品牌之多,品种之全,也是前所未有的。其中,波司登、雪中飞、康博2009新款单件满398元送护理套装,单件满498元送波司登保暖内衣,老款全场清仓特卖,原价608元现价278元,原价398元现价178元,原价288元现价98元。雅鹿全场79元起,另送

家纺被、精品毛裤、雅鹿专用洗涤剂。鸭鸭全场48元起,其中2009新款全部八折销售,另送精美餐具和羽毛球拍。冰川全场49元起,购买羽绒服送羽绒马甲、洗涤剂、手套等。冰洁全场七九折销售,最低99元起,部分新款直降200元。还有龙达飞、鸭宝宝、北极绒等品牌,折扣有的低至三折。

“现在的羽绒服品牌促销,除了从价格上吸引消费者的眼球,产品的款式和质量也都有了明显的提高。尤其是一些大品牌,不但时尚新颖,今年更首次选用金朵绒填充内胆,穿在身上特别轻盈,也很舒服。”据商场导购介绍,金朵绒是雅鹿羽绒服采用的羽绒填充新标准,采用的填充绒是业内广泛好评的高品质羽绒——朵绒,其含绒量高达95%,使羽绒服在蓬松度、清洁度等指标上优于以往羽绒产品,而且保暖效果特别理想,有效地避免了因羽绒不纯造成的洗后不蓬松的现象。

康城奥特莱斯落户郑东新区



2009年12月18日,郑州康城奥特莱斯购物中心的开业,宣布这一盛行于欧美风靡于世界的商业模式——奥特莱斯,正式在郑东新区宝龙城市广场落户。

开业当天,郑州市有关领导和宝龙集团执行副总裁肖清萍以及郑州康城奥特莱斯总经理许京平出席活动并作了精彩致辞。

据了解,奥特莱斯是一种新型商业模式,主要以名品折扣店、名品直销中心而深受消费者信赖。在北京、上海、重庆、成都、苏州等城市都设有奥特莱斯购物中心。

开业当天,郑州康城奥特莱斯推出了一系列的促销活动:国际名品特卖会、国际名车展、时尚走秀、开卡即送礼、心动奥莱——平安相伴、购物满额抽奖并送环球旅游以及赠送冠军溜冰场入场券等。其中持续3天的购物冠军选取活动把名品抢购推向了高潮。以最劲爆的折扣,最纯正的名品,最时尚的购物体验,康城奥特莱斯的独特魅力吸引着四面八方爱好名品的时尚达人,在开业当天一上午的时间里即创造近10万人次的客流量。

据消费者谢女士介绍:康城奥特莱斯开业期间,由于超低的价格折扣和质量正宗的国际名品,她一次性消费竟高达6万多元。由于郑州以前没有真正的世界名品折扣店,所以谢女士姐经常去往香港、日本、上海等地疯狂采购,现在郑州终于有了首家真正的奥特莱斯,这为她的购物带来了极大的方便。

据康城奥特莱斯相关负责人介绍:康城奥特莱斯明年两年将继续开店,根据不同的地理位置、具体的市场情况,将规划出因地制宜的发展

路线。并通过一线品牌资源整合,形成联动效应,在商品品质环节获得互补,以保持较高的市场占有率并获得品牌的关注,最终使消费者受益,让中原商界刮起“奥特莱斯风暴”,带动全民进入“奢侈品消费时代”。 陈静 冯刘克

相关链接

奥特莱斯:风靡欧美的购物时尚

奥特莱斯(Outlets)是一种新型商业模式,以“名品折扣店”、“名品直销中心”的概念深入人心。它最早诞生于美国,迄今已有一百多年的历史。奥特莱斯从起初单个的工厂直销店,通过数量的不断增加和聚集,慢慢形成类似ShoppingMall的大型购物中心,并逐渐发展成为一个时尚的零售业态。近年来奥特莱斯也在逐渐升级和转型,以至于现在许多品牌厂商都专门为奥特莱斯生产许多专属产品,这些商品成为奥特莱斯内最常见和消费者最为追捧的商品。

商业快讯

紫百连环营销让利消费者

昨日,紫百的连环营销策略在感恩节日期间获得成功后,又在平安夜得到了消费者青睐,“开心平安夜,购物不花钱”的活动,让平安夜在紫百购物的消费者,实现在2010年元旦购物不花钱的梦想。

据了解,“连环营销”是近年来紫百独创的一种营销模式,简单地讲就是营销活动环环相扣,每期活动都和上期活动有关联,只要顾客参加这个连环的营销活动,以后的回馈就会接二连三的享受,达到实惠的最大化。

紫百每年都会举行这样的活动:在重要节假日前的几个周末,其他商家没有活动的时候,紫百会进行返券活动,但是这个返券当时不能用,而是要等到重要节假日的时候,翻倍使用。在节假日同等力度的营销推动下,紫百的实际折扣要降低不少。在消费逐渐理智化的情况下,紫百的这种营销活动受到了许多顾客的欢迎。

今年的感恩节,紫百继续成熟和完善了这种营销方略。从感恩节开始紫百进行500元返1100元的超大力度回馈活动,同时推出2010年“消费护照”。返的券当中有100元的平安夜增值礼券,在平安夜当晚翻倍使用,折合到四二折,这样的力度在整个业界也是不多见的。所以,今年感恩节4天,紫百创造了超越3000万元的销售记录,为开业26年来的新高。

据悉,2010年紫百还将推出“消费护照”活动,它将是紫百连环营销的又一个杰作。“消费护照”,就是客户凭护照可在紫百享受重磅品牌优惠、电话预定商品、免费礼品包装、免费邮寄、免费送货上门、免费饮品、免费泊车、1对1专属服务、定期沙龙讲座等十几种服务,尽显“消费护照”的尊贵高贵。而对已经成功办理消费护照的顾客,紫百赠送了100元平安夜礼券,这就为紫百平安夜积累的大批预定消费。

紫百连环营销让每一个参加紫百活动的忠实顾客大呼过瘾。

据紫百相关负责人介绍,紫百的大手笔的连环营销方略,是从今年的11月份开始的,将一直持续到明年春节,优惠活动环环相扣,让每一位紫百的消费者得到真正的实惠。

晚报记者 冯刘克

喜临门“科学睡眠中国行”走进郑州



新年来临之际,喜临门集团在河南推出了“科学睡眠中国行”大型睡眠知识宣传和总裁签售活动。

据悉,此次喜临门大型活动持续时间为2009年12月19日~2010年1月10日。在连续20天的活动中,郑州喜临门各大专卖店重磅推出了“全场软床六八折,床垫八八折”超值回馈活动。活动期间,总裁还将现场签售,消费者可得现金补贴20%(限前300名),让广大顾客朋友享受到超值的精品床垫、软床等睡眠寝具。

另外,顾客如在活动期间购买喜临门、法诗曼品牌寝具,将有机会赢取5000元红包大礼。凡前300名总裁签售客户,在签售当天均可得到喜临门总裁赠送的价值680元乳胶枕一只,活动现场还有重磅豪礼赠送。

冯刘克