



各种风格的运动鞋



斯莱德运动系列



足球,一个永恒的话题。

今天,南半球,南非,全世界瞩目的焦点。

街边,公交车上,办公室里……大家谈论的话题只有一个——足球,世界杯。

虽然不能亲临赛场,但为了造势,痴狂的球迷们当然也会考虑升级一下自己的足球运动装备。

在郑州的各大商场内,运动风潮劲刮不停,以世界杯为主题的运动服饰更是表现得尤为突出。

晚报记者 白贺/文 赵楠/图

傍上世界杯 商场掀起运动风



KAPPA运动服

众品牌促销频出“花招”

球星效应也在本届世界杯的主题服饰上体现得淋漓尽致。据耐克导购介绍,同样作为限量版的“C罗专用足球鞋”,上市不到三天就被抢购一空。“印有专属条码巴西队卡卡的球衣卖得也很火。”该导购强调说,“巴西队比赛的时候,卡卡穿的球衣将会和我们专柜卖的一摸一样。”

“因为赞助了多支非洲国家足球队,PUMA为了贴合本届杯赛,特意推出了‘非洲力量’系列。”大商新玛特金博大店PUMA专柜负责人介绍,该系列服饰不管材质和图案上都体现出非洲文化元素。“‘非洲力量’的面料是通过在非洲无污染天然灌溉、收工采摘的优质棉花所制成。”或许PUMA此举也是为了促进非洲的经济发展。

除了以上品牌,KAPPA、UMBRO、LOTTO、乐卡克、李宁、斯莱德等也挖空心思为世界杯造势。作为国内品牌的代表,李宁和可口可乐联合推出了买李宁服饰送限量版灌装可口可乐活动。KAPPA为了营造“南非氛围”,专门聘请专业陈列师别出心裁地在专柜前列出部分非洲国家队队服的图案以吸引消费者的目光。LOTTO专柜前“美女模特”一袭动感十足的运动装极具诱惑力。斯莱德等专柜特意为购买运动装的消费者免费提供南非世界杯观赛指南。

“为期一个月的南非世界杯今晚开幕,从以往的大赛效应上看,本届世界杯除了能给球迷们带来一场视觉盛宴外,也能为郑州的各大商家带来不俗的经济和社会效应。”冯文杰说。



PUMA“非洲力量”系列

拍摄地: 丹尼斯百货人民路店3号馆



ADIDAS店内的两款限量版法国队队服

限量商品 球迷“追”不停

记者在丹尼斯百货人民路店3号馆看到,世界杯元素几乎遍布每个专柜。宣传彩页、主题服饰、造型各异的模特等无不传递着“关注南非”的信息。

值得一提的是,该馆一楼阿迪专柜推出了不少世界杯限量版商品,吸引了不少消费者驻足欣赏。据该专柜导购介绍,店内摆放的1986年世界杯法国队队服和2010年世界杯法国队队服都是限量版商品,整个河南市场就这两套。

物以稀为贵。作为限量版的球衣,售价当然也和同品牌的其他球衣有所区别,2480元的单价显示出限量版不同寻常的身价。

记者在阿迪专柜还看到了南非世界杯小组赛和决赛的专用足球,1080元不菲的售价也让不少球迷望而却步。3号馆课长冯文杰说,每届世界杯赛的专用足球的售价都比较高,南非世界杯也不例外,“虽然价格偏高,但还是有部分消费者慕名而来”。

据冯文杰介绍,供应商上货的时候首先会考虑专柜的等级和档次,丹尼斯百货人民路店3号馆是河南省为数不多的众多运动品牌A类专柜聚集的专业商场,“新品、限量版商品一般情况下都是先在我们这儿上货”。



金博大启动淡季营销,端午节50当100花

与世界杯“亲密接触”

石头处于山底,大而无力;小草置于山顶,小而有力。“旺季取利,淡季取势”归结成淡季营销的核心思想,就是要夺取最高销售,获得商业的制高点,从而来争取长期的战略优势。

新玛特金博大店有关负责人称,5月初就将淡季的营销思路进行了规划分析,做好了充足的准备来应对七八月的销售挑战,同时还制定了一整套淡季营销的策略,将分重点、分品类、分时段地进行展示。

届时金博大店也将与四年一度的世界杯来个“亲密接触”,携手某知名网站将在新玛特金博大店外广场搭起舞台、摆开架架,来一场足球嘉年华的盛会,展示足球大冲关挑战赛事。

零售业的发展,离不开供应商的支持。一直以来,新玛特金博大店以双方共赢的态度,练就了今日合作的默契,也为新玛特金博大店在

用“门庭冷落车马稀”这句话来形容即将进入商业传统中的淡季并不为过,新玛特金博大店提前启动淡季营销,将打造一幕“郑州商业不夜天”的夜景。晚报记者 袁瑞清 通讯员 耿国振



新玛特金博大店

长期大型营销活动中的成功奠定了基础。

新颖的营销方式也充分得到了供应商的认同和肯定,此次淡季营销的开展,该店和供应商各自也是做足了功课,真正地达成了步调一致,为广大消费者让步,让消费者能够得到实惠。

打造淡季星级服务区

“重点品类、重点品牌、重点时段,世界杯、世博会等元素将融入其中,用大手笔、大力度,将淡季打造成为一个星级服务区。”上述负责人称,“在淡季营销中将根据商场的实际情况做重点品牌的推广,打造淡季营销的推广月”。

据了解,新玛特金博大店在即日启动的淡季营销中,将围绕会员、特殊时段、社会热点、内部员工等因素再度创新营销理念,将设定会员特权日,从商品折扣、服务到售后特权这一系列方面突出会员的尊享。

同时,该店再创新文化营销,组织开展郑州世界杯嘉年华、微缩世博、啤酒花园等氛围行活动,将淡季升华为商业市场的文化月,用大手笔、大力度成就新玛特金博大店成为二七商圈中的星级服务区。

端午节50当100花

周末即将迎来中国传统的节日——端午节,新玛特金博大店也将推出优惠措施。

6月11-16日将被打造成为“大商入驻河南四周年”大型营销活动之后的续集,推出了感恩四周年、大谢一周的主题,并以全场50当作100花(明示专柜除外)为此次活动主线,购物满800元再赠六级节日好礼为活动辅线。

“此次活动简单明了,主要考虑法定假期,整体的客流较大,这样做方便了顾客的参与,避免活动形式繁琐而造成顾客不便。”上述负责人表示。