

# 超市打“粽子战” 商场打折促销 端午小长假 卖场总动员

## 超市篇

### 粽子价格整体稳定

随着端午节临近，多种口味的粽子在市内各大超市的柜台集中上市，让人提前感受到浓浓端午氛围。市民购买粽子的热情，已经在商家的“挑拨”下开始逐渐高涨。

记者走访市场发现，从今年上市的粽子看，无论品牌还是口味均明显增多，外表也更加时尚，让市民有了更丰富的选择。

比如三全的龙舟粽、思念的竹香蜜粽，就连面包房也加入了进来，像好嘉利的五谷杂粮粽、西萨的皇粽粽，好利来、香雪儿等也在显眼的位置摆放了不同包装的粽子。

虽然盛传今年的粽子价格比去年涨了20%~30%，但世纪联华营销部经理杨俊萍表示，尽管今年绿豆等原材料涨价，但有些原材料价格也下降了，粽子价格基本与去年持平，“今年市民买原料自己包粽子的热情也更高一些。”

“今年以来，绿豆等豆类产品的价格上涨不少，粽叶价格也上涨了15%，但市民对价格尤为敏感，为了竞争，厂商都不敢随意涨价，怕失去市场。”一些商家表示。

记者在超市看到，大多数品牌粽子价格都没什么变化，甚至有部分品牌的粽子的价格还下调了。一般塑料包装的一袋粽子大概价钱在8元到12元。

### 营销大打“体验”牌

大商集团河南超市总公司商品部副部长王辉说，相比往年，今年的粽子市场启动更早些，基本从5月中旬开始，粽子市场就成为了商家的必争之地。

自国家将端午节定为法定假期后，市民对粽子好像也多了几分亲近。“端午节放假，市民过节的气氛更浓了，粽子销量也随之增加了。”思达超市的付迎辉认为，“按照惯例，端午节当天及前两天，商家会迎来市民购买粽子的销售高峰。”

而各大超市也对今年的端午节给予了充分重视，在营销上，纷纷推出体验式的营销活动。

大商超市联合三全食品推出粽子生产车间体验活动，将抽选出100~150名幸运消费者，去三全食品参观现代化的生产车间；在端午节当天，则会推出包粽子大赛，“优胜者可以将包好的粽子免费带走。”

世纪联华也会在旗下5家店面开展包粽子大赛，多包多得，感兴趣的消费者可以去现场一展身手。“端午节当天，消费满68元就可以凭收银条，领取粽子两只。”杨俊萍介绍。

6月11日~13日，思达超市也将推出优惠让利活动，比如购满38元加1.5元送食盐一袋；卖场方面，满38元加1.5元赠送8个鸡蛋。

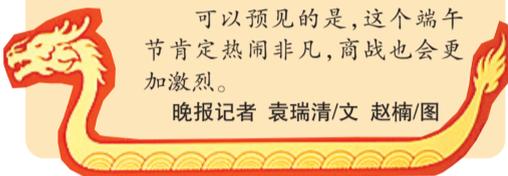
家乐福则准备充分了粽子货源。避免在端午节前2天，商场无货可卖而厂家已停产，影响销售。同时，除普通的降价促销外，增加如买粽子送礼品，代客包装，玩游戏得奖品等促销方式。

端午节日益临近，各大超市的粽子“促销战”则早已打响，琳琅满目的粽子早已经摆在了各大超市最显眼的位置。与往年相比，“体验式营销”成了超市促销的主要形式。

不过，如今端午促销不再是超市粽子的独角戏，大型百货商场也来凑热闹。丹尼斯、金博大、紫荆山百货等市内主要百货卖场，也将于端午期间推出让利促销措施。

可以预见的是，这个端午节肯定热闹非凡，商战也会更加激烈。

晚报记者 袁瑞清/文 赵楠/图



琳琅满目的粽子早已摆在超市最显眼的位置

## 商场篇

### 百货商场加入促销战

随着端午节这一传统节日越来越受到市民的重视，往年不太重视端午节促销的百货商家们，今年纷纷各出奇招，加入端午节商战。

丹尼斯百货人民店就精心推出了“粽情一夏·庆端午”活动，将于6月12日~16日举行。全馆服饰六折起，持VIP卡部分专柜可再享九折或九五折。除此之外，还有抽奖活动，活动期间消费满680元即有机会抽取格力空调扇一台，天天抽。未中奖的顾客还可参加6月17日总抽奖活动，奖品为丹尼斯联想笔记本电脑一台。消费满800元即可参加宾果礼活动，100%中奖。

6月11日~16日，新玛特金博大店则会推出“大商入驻河南四周年”营销活动，感恩四周年、大谢一周，并以全场50元当作100元花为活动主线，购物满800元起再赠六级好礼为活动辅线。

今年端午节恰好处于大商集团郑州紫荆山百货年中庆期间，其推出了“年中擂鼓100天，超值购物乐翻天”系列活动，促销力度也非常大。

比如6月14日~20日，全场夏装五折起，凡当日累购满50元以上均可获赠时尚礼品一份；首届“臻情”珠宝节则将于6月14日~16日期间举办，众多珠宝品牌新店开张，镶嵌类满1000元返400元、返300元、返200元、返100元不等。

为迎接父亲节到来，6月18日~20日，消费者在商场将四楼男装男鞋业种、床上用品卖区购物，满500元送500元“男人也爱家”专用礼券，满500元送300元“男人也爱家”专用礼券。

### 商场拉长“节日季”

各大商场从铺货、货品搭配、陈列、宣传引导等各方面，都精心在营造浓郁的节日氛围。尤其是各大时尚百货普遍已将三天的节日提前一周至半月，三天端午节，被拉长至一个节日季，成为商场的一大现象。

“今年的端午节也可以说是一个‘小长假’”，新玛特金博大店媒体科长耿国振说，小型假日的消费爆发力不容小视，今年端午节的商业爆发力可能更强。

业界人士表示，今年多数商家在去年积累了利用三天假日开展促销活动的经验，再加上今年端午节又恰逢世界杯期间，无疑会促进商场家电类及运动类产品的销售，这让百货商家不得不重视这一商机。

如丹尼斯人民店将于世界杯期间，推出世界杯商品，B1F、3馆消费满800元起即送休闲折叠椅、健康专业跳跃绳等好礼。

大商集团郑州紫荆山百货也将以此为契机，6月25日~27日期间，5楼运动休闲携2楼少淑女装回馈消费者，活动期间在2楼、5楼运动休闲业种购物，满298元送320元、220元或者120元。

## 深度营销 瞄准“金字塔”尖

### 新玛特郑州总店“奥迪之夜”今晚上演

如何挖掘“金字塔”顶端客户群的消费潜力？新玛特郑州总店今年初启动的深度精准营销策略，自“奔驰之夜”活动后再次发力，将于6月11日晚启动“奥迪之夜”。

#### 百余重点品牌参与

据了解，登喜路、万宝龙、爱是唯一、资生堂、欧珀莱等100个重点品牌将成为“奥迪之夜”最耀眼的主角。周大福、朗姿、弗朗尼·齐拉、AIVEI四大重磅品牌领衔回馈顾客，七大化妆品品牌将推出高倍积分加独家特供的超值赠品。10余个知名男女鞋品牌联袂回馈等。

当晚还将会举行奥迪A5进口轿跑新车发布会，8家豪华别墅室内展，拉菲红酒现场品鉴会，克拉钻、典藏珠宝、珍藏腕表奢展，华硕新品上市也将会活动助兴。

#### 聚集高端客户群

据介绍，“奥迪之夜”对参与客户有着严格的要求，分别是奥迪车主、交通银行和中信银行的高端客户、广电集团客户、受邀地产商客户及新玛特总店、金博大、正弘的重点客户、重点品牌的VIP客户等。

主办方还精心准备了众多活动，将会有50名艺人在商场的50个专柜举行现代乐器演奏，还会为到场的消费者提供免费的VIP酒会、免费晚餐西

点和半价特供菜品、半价电影大片等助兴节目。

在优惠活动方面，新玛特郑州总店还为客户准备了百万积分开奥迪的活动，活动当晚，消减卡内100万积分，就可以得到指定奥迪车型10~12个月的驾驶权，活动接受提前预约。

根据进店顾客性别不同，新玛特郑州总店还将推出尊崇的大礼包供顾客享用。

#### 挖掘金字塔顶的潜力

“奥迪之夜”与上月底刚刚举行的“奔驰之夜”有异曲同工之妙，被新玛特郑州总店称为是“金字塔”式的深度精准营销。这种营销方式新颖独特，瞄准的顾客群特点鲜明，全部是行业的高端人士，也就是位居新玛特郑州总店顾客“金字塔”塔尖的高端顾客。

新玛特郑州总店副总经理李毅表示，这场升级版的联盟营销就是为了充分挖掘位于金字塔顶端的消费者的消费潜力，让高端客层体验更好的消费氛围和服务质量。在新营销思路的指导下，一系列的精彩营销活动正在被新玛特总店精心打造。“宝马之夜”、“进口大众之夜”、“丰田

之夜”等活动都正在筹备，从6月份开始，将逐一呈现给相应的消费群体。”李毅说。

#### 优惠活动

1. 全场五折起。
2. 重点品牌单柜现金购物满2000元(特例满6000元)赠200元服饰券(100百货礼券+100元5F运动品类券)或夏凉被一条或150元化妆品券。
3. 重点品牌累计现金购物满20000元(特例满60000元)赠2000元品牌通用券。
4. 刷交通银行卡满1000元送100元百货礼券(特例除外)。
5. 积分抵值每10分直接冲抵1元现金。
6. 消减卡内500积分兑100元品牌代金券。
7. 消减卡内500积分兑100元鞋皮具业种通用券。
8. 消减卡内500积分兑100元家居儿童业种通用券。
9. 学生凭学生证、准考证即可获赠100元运动品牌抵值券。

## 商业动态

### 新玛特郑州总店品牌深度营销第三站 九牧王男装特惠全城

继ecco(爱步)、crocs(卡骆驰)两大品牌在新玛特郑州总店进行了成功的大型展销之后，新玛特郑州总店又一深度营销第三大力作——九牧王男装“畅享全城”大型展销活动，又将于6月14日~21日在这里隆重上演。

新玛特郑州总店业种经理郑琳表示，九牧王男装是总店销售前10名的代表性品牌，通过这次“畅享全城”活动，将针对性地推出一系列抢眼的优惠活动。

活动期间，新玛特郑州总店外广场2万件单品一至三折特卖，消费者还可以享受预交500元当550元花，在商场消费1000元获赠100元九牧王代金券，买三件九牧王六八折等六大项超值优惠，此外还可以享受到“我的裤子我做主”定做服务。叶志方表示，平常该品牌VIP客户可以享受的最大优惠只有八八折。

此次活动是九牧王全国路演的首站。九牧王郑州分公司经营部经理叶志方表示，之所以与新玛特郑州总店合作，是看中了大商在整个郑州的商业地位，以及该商场出色的营销能力。希望可以强强联手、同时提高。

据悉，此次活动预计一周销售将突破300万元。叶志方表示，这样的服装品牌营销“前所未有”，希望此次营销可以成为表率，让郑州出现更多的营销新模式。

许琳琦