



近日,商务部通报了今年1月的商务运行情况:国内消费市场活跃,节日消费特征明显,商品购销两旺,价格总体稳定。其中,服装销售增长13%,比上个月加快了9.5个百分点。最可喜的是,传统零售企业销售增长明显加快,超市、百货店销售同比分别增长16.5%和14.6%,增幅较上个月提高了8.4个和6.7个百分点。看来,尽管理性消费已经渐成气候,但在浓浓的节日气氛中,人们还是无法抵挡购物的欲望,节日消费也呈现出不少新特点。有消费者说得好:“过节时是带着一份深深的祝福、一个美好的心愿在买东西,与理智无关。东西不在乎大小,不在乎贵贱,只要能表达对亲友、对爱人,甚至是对自己的祝愿,就可以了。” 郑州晚报记者 王一品

## 新特点: 户外服饰越来越火 表 现: 春节滑雪服大卖

对郑州人来说,滑雪并非主流运动。但是,随着人们生活水平的不断提高,也随着《爸爸去哪儿》节前雪乡那一集的热播,越来越多的家庭在春节期间走向大自然与冰雪亲密接触。

“今年滑雪服卖得特别火,一些爆款春节前就卖断货了。”据郑州万达百货和紫荆山百货的小骆驼专柜销售人员介绍,“以前儿童滑雪服几乎卖不出去,今年恰恰相反。”在大商新玛特金博大店、BHG时尚百货等户外品牌比较丰富的商场里,最近一两个月,成人滑雪服饰和一些户外用品均出现热销现象,而且颜色鲜艳的最畅销。销售人员表示:“以前人们在选择户外产品时最在意的主要是其科技性、耐磨度之类的功能,现在在强调功能的同时越来越兼顾时尚。”

在刚开业不久的迪卡侬运动超市里,可以看到有两三排货架摆放着专业的滑雪服饰,比如连身滑雪服、风镜、头盔、雪鞋、滑雪板等。店内工作

人员介绍:“这是世界知名体育用品零售商法国迪卡侬在河南开设的第一家门店,没想到郑州市场对滑雪服饰的消费能力这么大。随着滑雪运动在中国不断升温,越来越多的人来参与这项运动,相信配套的服装也会越来越多。”不过,记者走访发现,现在市面上比较常见、消费者也普遍认可的滑雪服饰,基本都是欧美的品牌,我国滑雪服生产商还有很大的进步空间。

对于今年春节期间滑雪服、户外装备热销现象,有业内人士分析说:“以往户外服饰在价格、色彩、款式上都不占优势,近几年已经有所改善。而今年春节,一家人出游、一起走向大自然的特别多,似乎人们更重视家庭生活,也更注重养生了。所以,只要不超过基本预算,很多消费者不会太计较价格。可以说户外产品沾了节日消费的光,毕竟平时大家出行的机会并不多,有节有假期才行啊。”

## 新特点: 购物中心人气最旺 表 现: 影院、餐饮、娱乐,哪儿都排队

如今每逢节假日,购物中心总是人气爆棚。比如郑州国贸360广场,别说是节日,就算只是个普通的周末,地下车库也是一位难求。再看郑州二七万达广场,几乎每天下班后,影院、餐饮、娱乐,哪儿都排队。而据郑州中原万达广场步行街某服饰店铺经理介绍,最近一个月以来,店里的客流量剧增,而情人节那天更是较往日翻了几番。

近日,郑州交巡警支队相关负责人表示回忆2月14日的交通情况时感慨道:“那天正好是元宵节和情人节,虽

然今年郑州没有燃放烟花和举办灯会,但市区整体的交通压力甚至比往年还大,主要集中在商业繁华区域。尤其是各大购物中心附近,比如花园路、二七路、中原路、大学路等主要路段,均出现不同程度的拥堵。”

对此,业内人士表示:“购物中心的业态、配置都非常丰富,能够满足各种客层的不同需要,不像传统百货店的定位比较集中、业态相对单一。来逛购物中心的人,往往是家庭式的,一家人或是一群朋友,所以更显得人气十足。”

## 新特点: 在乎感受,不在乎促销 表 现: 大冬天买T恤,还只要最新款

“大冬天来买T恤衫,而且还只要最新款的情侣装,这样的消费者从不问商品打不打折。”在丹尼斯百货人民店潮流服饰馆工作的小芬告诉记者,“春节期间,有很多去南方或者热带国家旅游的顾客来买最新款的春装和夏装。他们往往更在乎穿着新款所带来的时尚感、满足感,而不会在意价格。”

据小芬介绍,这类消费群体主要集中于70后、80后和90后,他们或是事业有成,或是享受生活,抑或是追求个性。据了解,丹尼斯百货每年春节前都会有大范围的新款春装亮相,甚至不乏新款夏装上柜。尤其是人民店,春节营销活动几乎就是围绕一个“新”字。

## 节日消费,无需理智 东西不在乎大小,不在乎贵贱 要的就是那份祝福、那个心愿

### ■在商言商 备战“三八节”

3月即将到来,春季里第一个值得商家“精心筹备”的节日“三八节”就要来了,因为她专属于“购物主角”——女性。不知道今年的“三八节”将呈现出怎样的节日消费氛围,但有一点可以肯定,那将迎来春节后首个销售小高潮。

不管消费者买不买账,相信郑州各大商场都会绞尽脑汁拿出新颖的营销活动,以抓住女性顾客的心。毕竟,一场简单的促销,已经无法满足她们挑剔的眼光。

## 新特点: 随意性消费剧增 表 现: 快时尚品牌“趁机”成了主流

春节期间,无论老少几乎都不会选择在网购衣服,中老年人本来就没有网购的习惯,而年轻人又因春节前后无人送快递也减少了网上购物。当年年轻的“网购大军”回归实体店时,中档女装和快时尚品牌似乎成了最大的受益者,因为其亲民的价格、流行的款式都与网上的最接近。

基本占据二、三线城市年轻服装市场“半壁江山”的VERO MODA、ONLY、JACK & JONES、SELECTED、SELECTED、GXG等品牌,每年春节前后都会有一波大范围的五折促销活动。而诸如ZARA、H&M、优衣库等快时尚品牌,更是在春节这种又有人气又正逢换季的节骨眼上大肆打折,以超低价格吸引消费者。

“节假日人们购物的时间相较于平时,会呈现出更多的不固定性。”郑州锦艺城购物中心相关负责人表示,“就拿春节这个月来说,很多人都是随逛随买,不刻意集中在某一时段,逛街的目的性也不强。举个例子,一对情侣原本只是想来看场电影,在等待电影开场的那段时间里,只是随性逛一逛,见到喜欢的东西就买了,而且所买的商品并不局限于服装类。可能是一对耳环,可能是一个包包,可能是一杯饮品,也可能是一只可爱的小宠物。不过,年轻人的这种随意性消费,一般不会去选购过于昂贵的商品,这无形中增大了中端品牌、快时尚品牌的销售概率。”