

资讯速递

百货服饰“买100返100” 新玛特金博大店掀促销热潮

本报讯 本周末,新玛特金博大店的大商集团全国同庆活动进入第三季,而促销力度和场面上上了一个新的台阶。11月19日~21日,该店百货服饰现金购物最高“满100返100”,掀起新的营销高潮。

据悉,该店的此次活动和前两季略有不同,第一季是以商场的促销活动为主,引入了类似“秒杀”的促销概念;第二季以商品的准备为主,突出商品的氛围,热销商品的挑选和准备;此次活动品牌的参与面和参与力度均为本季节最大力度,将有85%的品牌参与返券活动,其中百货服饰现金购物返券分成三档,“满100返100”,“满100返50”,“满100返30”。

自2006年6月加入大商集团至今,新玛特金博大店每年11月以“全国同庆”或“大商集团周年庆”为主题举行活动已经延续了5年。今年11月的前三个周末新玛特金博大店连续推出了三档活动,在往年是不多见的,显然把11月当做了营销关键月。

据新玛特金博大店的负责人介绍,之所以11月采取了稳步推进的营销策略,是在为年底的营销黄金档总结经验和积蓄力量,通过11月连续的营销活动,新玛特金博大店在商品活动的策划、货品的管理、员工的激励、活动形式的变换等诸多方面都进行了从未有过的尝试和调整,尤其是在商品营销理念的推出和重点品牌一对一沟通上有了较大的突破,相信这些经验会为接下来的节日营销打下坚实的基础。

(赵羲)

联想开展PC升级换购活动

本报讯 10月8日~12月20日,联想全面推出2010扬天商促活动,推出多重好礼回馈消费者,2010年下半年成为中小企业主“PC升级换购”的黄金时机。

一重礼:购买一台联想扬天商用分体式台式机或扬天S系列商用一体台式机,可获得蓝色妖姬摄像头一个或飞利浦四位电源转换器一个。

二重礼:购买三台联想扬天商用分体式台式机或扬天S系列商用一体台式机,可获得联想ThinkCentre 8GB U盘一个或摩托罗拉蓝牙耳机一个。

三重礼:购买5台联想扬天商用分体式台式机或扬天S系列商用一体台式机,可获得飞利浦数码宝随身移动充电器一个或联想双网双待手机一个。

另外,为满足中小企业采购需求,联想最近还推出了扬天S系列商用一体台式机,包括扬天S700/S750两款产品,均采用顶级商务轿车两侧的锋锐设计灵感。作为扬天一体台式机的代表,充分引领商务新潮流。

(莎莎)



栏目记者 赵羲

商务部官员: 商场不能靠“收租”过活

新闻:据《武汉晨报》报道,“同等的货品,商场卖2300元,网上商城只卖1000元。传统的百货如果再不降低成本,端出自己的特色,市场份额会被网购瓜分。”近日,在武汉市金鼎百货店复查的交流会上,商务部商贸服务司副司长王选庆疾呼。

王选庆称,现在,百货商场大多都是与厂商、经销商联营,靠吃扣点赚钱,自营的东西太少了。商场如果只收租子,做“二房东”,就等于“自废武功”。

观点:相关数据显示,国内百货业平均毛利率在17%左右,美国百货店则在33%左右,且这一较高的盈利水平正来自于企业自营购销。然而联营的好处也清晰可见,降低成本、减小风险。

联营为主还是自营为主,国内商场已经做出了选择,但现在,也许他们又将面临新一轮的抉择难题。

服装多品牌集合店 悄然袭来

新闻:据《中国服饰报》报道,今年8月份,由苏州七彩服饰有限公司投资的一站式儿童家庭主题消费卖场——七彩儿童广场正式开业,其中不仅有七彩集团旗下童装品牌,也包一批其他企业的童装品牌入驻。

此外,百丽、耐克、阿迪达斯、Levi's、艾格等集团公司近年来都在尝试品牌集合店这一终端模式。多品牌集合店之风悄然袭来,服装渠道模式革新加速。

观点:品牌集合店也被称为品牌概念店,也就是以一个主题,在一个固定标识、统一管理、一致营销的大卖场里,汇集了个甚至几十个品牌的当季时尚新品,让消费者能一站式便捷式采购。目前,对于国内商业市场来说,这是一种全新的商业模式。

业内专家指出,中国的多品牌店想要和国际完全接轨,还需要时间,而这个时间到底有多长,取决于经营者本身的经营意识。

郑州商场 冲刺旺销岁尾

本报记者 赵羲

近日,郑州温度骤降,让人们感受到了冬天的肃杀寒意,可零售市场却进入了“促销季”,不仅是店庆活动大打对台戏,周末营销也是针锋相对,引得市场一片红火。有商场负责人直言,11月是“营销关键月”,2010年时日无多,到了冲刺全年销售的时候了。

促销对台戏

零售市场的促销竞争,跟风十分盛行,于是我们时常可以看到,几家商场同时开始大力度的促销活动,大唱对台戏的场面也由此形成。

上周五,丹尼斯开始了“全年最大力度”的店庆营销,优惠活动最高到“买1300返1300”,目前仍在持续;同在上周末,新玛特郑州总店店庆高调“收官”,活动中返券力度空前增大,在绝大部分业种上返同等消费金额的礼券;本周末,新玛特金博大店力推的大商集团16周年庆进入第三季,百货服饰现金购物最高“满100返100”。

可以看到,各家百货商场做起活动来颇有默契,在这段时间的促销全是高额返券,而且力度也是大致相当,对垒意味很是明显。近日,丹尼斯百货事业处总经理张建接受记者采访时表示,从理论上讲,一定

时间内的人们的消费总量是基本确定的,在这个商场消费的多了,在那个商场自然就少了,因此在一些重要时间点的促销谁也不能示弱。

据了解,去年因为郑州商场的促销战过于惨烈,不仅几家商场进行了“负毛利”促销,赔钱赚吆喝,而且还不得不增加了几档临时促销活动,以免在竞争中落在下风。2010年,郑州各商场趋于理性,虽说“负毛利”促销绝迹江湖,可你来我往的促销大战仍在11月进入高潮阶段。

营销关键月

日前,一家商场的负责人表示,由于今年促销战略变化,导致十一等关键节点的销售效果不甚理想,销售额增长没有达到预期,因此最后的11月、12月对冲刺全年销售目标变得格外重要。

这个11月,丹尼斯人民店、花

园店的周年庆活动分别延续11天和10天,新玛特郑州总店从上个月绵延而来店庆促销的持续到上周末,正道花园也在月初进行了店庆,新玛特金博大店店庆已过,于是以集体周年庆为名进行了连续几周的促销。这段时间如此重要,以致一家商场的负责人直言不讳地表示,11月是“营销关键月”。

接下来,11月25日是感恩节,这历来会成为紫荆山百货的促销大节,想必其他商场届时也会有一番动作。

冲刺全年销售,11月是关键,12月同样也不遑多让。12月还有圣诞节,这可是去年的最后一个营销黄金档,各个百货商场必定会积蓄力量进行最后的竞争。采访中,多家商场的负责人表示,由于圣诞节对销售拉动有巨大作用,而且冬装恰好进入打折期,届时的大力度促销“可以预期”。

与灵云翠轩深度合作



新玛特郑州总店造翡翠攻势



本报讯 近日,新玛特郑州总店与中国翡翠行业知名品牌灵云翠轩多次深度合作,使得这一高端翡翠品牌在郑州深入人心。

灵云翠轩郑州市场负责人程明远表示,今年以来,新玛特总店与灵云翠轩强强合作,共同举办了“千万

元翡翠极展”、“买翡翠送宝号”和“百万翡翠免费戴”等活动,加上上周末刚刚举办的模特翡翠秀活动,均取得突出效果。

据了解,灵云翠轩坚持“缔造翡翠王国”的经营理念,一直以发展中王玉雕艺术,弘扬翡翠文化为己任,

坚持翡翠专营、专业的战略目标和方向,并以星火燎原的态势,迅速在全国建立了近300余家经营销售网点。作为中国传统文化与现代翡翠雕琢艺术的完美演绎与体现,“灵云翠轩”凭借其良好的口碑和商誉获取了消费者的信赖,其产品遍布华北各大知名商场,并在翡翠消费市场占据着重要的地位。

2008年,新玛特郑州总店开业之时,灵云翠轩便入驻该店。两年来凭借其优质的品质及高端的服务,逐步取得郑州消费者的认可。在商场与品牌的深度合作下,更是攻势强劲,在郑州翡翠界引起轰动。

“通过这些活动,灵云翠轩这一高端翡翠品牌在郑州已经取得了非常高的知名度及美誉度,并吸引了不少回头客。”程明远表示,“我们接下来将举行更多的合作活动,取得品牌推广的更佳效果。”

(赵佳)

热点点击

“郑州高新区IBM软件公共技术服务平台”成功上线

本报讯 11月12日,IBM公司在郑州举办“IBM Rational 软件园解决方案以及最佳实践分享研讨会”,并宣布“郑州高新区IBM软件公共技术服务平台”已于近日成功上线。通过搭建该平台,IBM Rational致力于在郑州高新区内软件企业和软件开发人才提供全球领先的技术平台支撑,从而进一步提升企业软件交付能力,为打造中部地区软件高地,促进软件产业发展和人才成长做出贡献。

软件公共技术服务平台是指在软件开发和交付过程中的具有关键作用的软件工程工具,被形象地比喻为产业发展的“软实力”,对于国内软件企业全面实现国际标准化生产,早日比肩全球顶尖开发水准具有重要作用。基于在全球软件领域领域的最佳实践,已经在国内得到落地验证的“软件园软件交付服务平台经营模式”和“IBM Rational 七次软件园解决方案”,IBM Rational此次搭建的服务平台着眼于支持郑州高新区内软件企业不断提高软件开发质量,精确控制成本和开发进度。此外,IBM还将采取切实举措参与当地软件技术人才培养,助力中部地区软件产业的可持续发展。

郑州高新区管委会主任张建国说:“软件产业作为我省实现‘两化融合’的关键力量和我省加快经济增长方式转变、产业升级和科学发展的内在引擎。我们正力争到2015

年使高新区软件产业销售收入年均增长30%以上,把高新区建设成为中西部地区重要的软件产业基地。为此,我们既要‘苦练内功’,也要‘博采众长’,使我区软件产业不断跨上新台阶。”

IBM 软件集团大中华区 Rational 总经理夏然先生表示:“在拥有优越的政策环境同时,我们的很多高新区、软件园企业在‘软实力’方面投资有限。经过同国内多个软件园的合作,IBM深悉他们的诉求和所面临的挑战。这次上线的服务平台可以说恰好能补齐这些短板,为企业、园区和地方经济创造出‘三赢’局面。”

(宋笑琳)

中国保险监督管理委员会河南监管局

关于颁(换)发《保险许可证》的公告

第1947号、第2035号、第2179号

经中国保险监督管理委员会河南监管局核准,以下机构取得《经营保险业务许可证》,现予以公告。

Table with 3 columns: 太平人寿保险有限公司安阳中心支公司水冶营销服务部, 太平人寿保险有限公司商丘中心支公司永城营销服务部, 太平人寿保险有限公司许昌中心支公司禹州营销服务部. Each entry includes license number, business scope, and contact information.



名酒江湖

老熊的心愿

熊玉亮又犯病了,痛风的如约而至常常给他带来难以名状的痛苦。该病最忌饮酒,但是如果不能不喝酒,老熊几乎工作不成。

这里刻画的不是一个酒鬼的情态,作为河南省酒行业协会的会长,到企业调研、品鉴酒水是众多工作内容中重要的一环。河南人好客,酒类企业尤甚。几年前,就曾有人戏言,熊氏如果不是在酒厂,就是在去酒厂的路上。这种勤奋的态度,和新闻界传颂的“你看见我时,在纸上,你没有看见我时,在路上”,异曲同工。

这就造成了现实的矛盾。他本打算11月2日随参加第三届香港国际美酒展的参访团一起行动,但由于腿脚肿胀不能成行,次日才乘飞机赶赴深圳罗湖口岸。

11月4日,老熊一行通过深圳罗湖口岸,无暇顾及沿途美景,直奔位于湾仔的香港国际会展中心,一楼盛大的开幕式,留不住心;二楼的眼镜等展览,没有停步;在三楼的美酒展厅,他让随行的新闻中心主任岳晓声,一个展位一个展位地拍摄,一家客商一家客商地搜集信息:引导牌、标识牌、展位设计……并不停地向主办方求教展会的具体流程。

在法国葡萄酒展前,他认真品尝原汁原味的进口葡萄酒,仔细询问波尔多、奔根地、香榭、布隆河等葡萄酒产地及酒庄的情况,询问在河南的代理及营销情况;在意大利客商展位前,他了解葡萄酒文化底蕴和酿造工艺,聆听侍酒大师的精彩培训;在西班牙展位,他把河南神丹葡萄酒公司的李继领等老板向客商们进行了推介;在美国的展位前,在澳大利亚展位前,在南非的展位前,老熊总是久久不肯离开。

听说老熊的到来,香港葡萄酒商协会会长何耀康专程约见。老熊介绍了河南省酒业协会的结构和职能,老熊说,河南省酒协会有11个分支机构,今年6月成立了进口酒分会;河南有悠久的酒文化,“早在9000年前,中原人就开始了酿酒”,这是老熊的口头禅;酒祖杜康,仗义,美丽的张弓传奇,赊酒诚信文化令人自豪;老熊介绍了中部糖酒会及中部进口酒展的市场前景,邀请何会长在方便的时候访问河南并组团参加第10届中部糖酒商品交易会暨第二届中部进口酒展,共谋进口酒在中原地区的发展,也为河南葡萄酒走向国门,提供宽松的环境,搭建交流的平台。

11月7日,参访团来到广东中山市黄圃参加第十六届中国国际食品工业投资洽谈会,在广东一统国际集团一统酒博汇前,广东省酒类行业协会副秘书长李唐介绍,一统酒博汇利用当地政府的大力支持,分三期建设一统酒博汇,目标是打造中国酒业、形成进口酒华南地区的CBD。茅台酒、五粮液、泸州老窖等名酒都已在设立华南中心或办事处,河南的酒企还没有一家参与,这让老熊十分怅然,他说,这是中国酒、进口酒在华南地区的大集结。一部豫酒史,半部中国酒史。豫酒不能少,豫酒也不应该少。

从广东返郑后,老熊原打算休息几天,但是停不下来,杜康在中牟的助学活动,仰韶在三门峡的新品上市,他不能少,他也不会少,即使是带病,他也要去,他相信,豫满中国,为时不远。

王见宾

消费热点

年轻人热衷多彩小家电

随着装修风格越来越多元化,人们开始越来越注重家装颜色的搭配,就连厨房家电现在也开始玩起了多彩的风格。

以往的家庭厨房多采用冷色调的风格。而今,很多年轻人家里的厨房,不由令人眼前一亮,精心挑选、搭配的吸油烟机、灶具、洗碗机、消毒柜等彩色厨房家电组合,总能给生活增添几分奇趣色彩。

80后张女士表示,以前,老公从来没有进过厨房,一年四季总是她做饭。前段时间,她听从朋友的建议,把厨房重新装修,并选购了不少多彩小家电进行搭配,厨房的颜色让人心情好了很多,现在她和老公在家争着做饭,色彩明快的厨房为他们增添了不少烹饪的乐趣。

业内人士介绍,如果你喜欢大自然的气息,可以配合橱柜的颜色,将厨房家电全部装饰为苹果绿的颜色;如果你想尽显浪漫情怀,可以选择珊瑚红颜色来表达自己的感受;如果你是一个活泼的年轻人,淡黄色也许对你很合适。

对于吸油烟机、灶具、洗碗机、消毒柜等厨房家电来说,最合适的搭配,当然应该是来自同一个品牌,而且是相互有所关联的家电产品。目前市场上,很多的厨卫家电都流行成套购买,既能节省时间,同时维修也方便。很多80后的年轻消费者也更愿意接受这种成套厨卫家电购买的方式。

林相

多功能加湿器今冬热销

最近天气干燥,容易皮肤干涩、嘴唇干裂、鼻干上火,老人和孩子还容易引起呼吸道疾病。很多市民纷纷选购加湿器,作为增加室内湿度,确保冬季健康。

据了解,今冬加湿器市场推出了不少多功能和靓款式的新机型。各类型号的加湿器也被商家摆上了明显位置。带有加湿、活氧和杀菌等功能的加湿器更是出现了旺销势头。“今年购买空气净化器的市民特别多,天气寒冷,很多家长为了自身和孩子的健康,专门购买了空气净化器,净化家里的空气质量,避免病菌污染。”销售人员介绍。

市区一家家电卖场内,陈列着10多款加湿器,价位在60-800多元不等,不少品牌加湿器新增了负氧离子发生装置、体温仿生加湿技术、液晶显示屏、湿度实时显示和护肤等新功能,为消费者提供了较大的选择空间。销售人员顾女士表示,带有冷热雾档加湿模式的美容、护肤加湿器颇受女性消费者青睐,尽管这类加湿器要比普通款贵三五百元。

张霞