



VIP积分抢先购 新玛特金博大店圣诞序曲活动盛装开幕

本报讯 经过了一个月的精心准备,圣诞节日的氛围已经盛装呈现,充足的货品、优惠的折扣也已准备到位。12月17日~19日新玛特金博大店将开启圣诞序曲VIP积分抢先购活动序幕,其中以主推商品活动为主题,将重点品牌、重点品类纳入了圣诞节回馈的行列,推出年度最不容错过的购物体验列车。

该店内部人士列出了三大抢先购理由:12月18日全线开启会员回馈列车,当天VIP顾客购物将尊享年度最高50倍积分,会员消费卡内积分10分再抵1元现金使用;年度最低折扣——百货服饰全场低至4折,加知名品牌买赠礼、加惊喜款商品、加每日一柜;12月18日顾客于明星品牌购物满3000元,特例商品满9000元再赠圣诞好礼一份。

在此次圣诞序曲活动期间,一些重点品类像珠宝类、化妆品类、女鞋类等也均有不同的活动力度呈现,其中珠宝镶嵌类满

2000元再返100元,女鞋45元现金兑换100元礼券。

新玛特金博大店明天即将开幕的圣诞序曲,比圣诞节提前了一周,该店负责人称:“圣诞节期间,客流量加大,为能照顾到本店的VIP会员及部分不愿凑热闹的顾客,提前启动圣诞序曲活动,同等的力度进行回馈,单从18日的会员购物尊享年度最高至50倍积分,就不难看出力度的空前。”

(赵羲)

鼎立中原 商都商情

电话 67655206 67655197 E-mail:zzrb5271@vip.163.com

9

节前营销比拼成常态

省会商场启动圣诞营销

本报记者 赵羲

距圣诞节一周有余,本周末,省会的大部分主力商家,如大商旗下各店、正道花园已正式启动圣诞营销。2010年的最后一个营销大节之前,省会商家纷纷亮出圣诞“方略”,冬日折扣战爆发。



近两年来,节前市场越来越被商家重视,而预热市场的时间也愈发提前,促销力度往往也和节日相差不多,有的甚至还会超过。节前市场只是“餐前甜点”,为何被业界追捧得越来越越正餐?近日,新玛特金博大店一位负责人接受采访时表示,抓住节前市场,把握会员顾客,这已经成了商家的营销之道。

本周末,正道花园推出了名为“缤纷圣诞”的促销大餐,全馆服饰6折起;新玛特金博大店则奏响“盛大序曲”,推出“年度最低折扣”——百货服饰全场低至4折;新玛特郑州总店的“圣诞三部曲”已经进入第二节,各项促销手段纷纷出台。营销大比拼的形势

一目了然。

“我们一直很注重情感营销。零售行业除了商品的销售,服务质量也是核心竞争力的体现。节日来临,我们要注重顾客对节日意义上的心理需要,有针对性地、有特色地提供相应的服务,甚至在节前就提前下手,和消费者更贴心。”郑州一家商场的负责人吴女士表示。

“其实,节前市场的销售效果非常好,有时与节日的效果差不多。”吴女士一语道破天机。记者了解到,除了一系列的实惠给市民许多消费的诱惑外,圣诞节能够吸引大批顾客还有一个原因,那就是每年到这时往往也是商场将会员卡积分清零的时候,许多消

费者为了将积分消费掉,往往会在圣诞节光临商场,这就形成了圣诞节的高昂人气。对于商场的许多会员顾客而言,折扣并非那么重要,享受购物的快乐才更重要,因此他们往往不愿意趁节日人多的时候去“扫货”,而是更喜欢提前下手。

而郑州各商场推出的节前营销,往往针对的也是自己的会员顾客。比如新玛特金博大店12月18日当天VIP顾客购物尊享年度最高50倍积分,会员消费卡内积分10分再抵1元现金使用,对急于花掉积分的会员顾客自然是不小的诱惑。正道花园则推出了会员服务升级的计划,比如钻卡用户可以享受全程陪同、服装定制等服务。

此外可以看到,商家喜欢利用的节前市场也只有有限的几个,比如“十一”黄金周、圣诞、店庆等,因为这几个节日的消费潜力巨大,仅仅用几天的时间消化不完,于是商家就把节前也利用起来了。

对于即将到来的圣诞节,新玛特金博大店内部人士表示,“现在消费者对圣诞节参与度较高,一些善于理财的消费者也会选择在圣诞节的时候购物。第一是因为圣诞节是年度的最后一个大型节日,此时一些商家的冬装活动力度也会较大;第二是因为这个阶段冬季的商品已经全面上市,品牌自己也会做自有的折扣活动。这两点足以吸引消费者购物。”



栏目记者 赵羲

专家指出:注意家电行业的发展短板

新闻:据新华社报道,金融危机的硝烟尚未完全散去,2010年家电业销售却一派红火。根据工信部公布的数据,2010年1-10月,家用电器行业累计工业销售产值同比增长30.9%,10月同比增长26.2%;新产品产值累计同比增长31.4%,10月同比增长26.5%;累计产销率95.5%,10月产销率93.1%。

红火行情的背后,仍是“几家欢喜几家愁”,黑电企业特别是彩电企业便是其中的失意者,业绩普遍下滑。TCL公司发布的第三季度报告显示,彩电销售收入49.82亿元,同比减少31.54%。另一彩电巨头康佳集团第三季度实现净利润1029万元,同比减少61%,前三季度净利润6117.8万元,比去年同期减少42.6%。

业内人士认为,“红与黑”的对比警醒着家电行业的发展短板,在复杂的竞争格局下,家电业低成本制造、低价格竞争的“两低”发展模式已经难以维系。

观点:中国家电协会理事长有关负责人表示,不仅是技术标准的提高,人民币升值、原材料和劳动力成本持续上涨、市场环境日益严酷等一系列因素也将持续产生效应,家电企业长期依赖的低成本优势正在逐步消失,家电企业的竞争力在通胀背景下遭遇前所未有的挑战。

面对即将到来的“十二五”,家电行业提出了家电大国向家电强国转变的目标。一些家电巨头在加快转型升级,并提出向“世界500强”奋进的目标。展望未来,“中国制造”离世界500强的目标还有多远?

商家新课题:“80后”怎么消费

新闻:据《新闻晨报》报道,媒体曾就“80后”的消费习惯做过一次商业调查,发现他们对品牌并不崇拜。调查显示,100位受访者中,购买商品时将品牌作为第一标准的人仅占13%。选择质量的约占32%,价格稍次之,占24%,服务与外观分别占17%和13%。

与此同时,“80后”已经开始显示出令人惊叹的消费力,这也让了解“80后”人的消费习惯成为商家的新课题。

观点:有社会学研究者曾经概括,作为第一批独生子女的代表,“80后”既是中国的一个特色产物,又是一个与世界各国同龄人几乎有着相同观念的群体。因此有人用“喜欢就买,重视自己的感性需求”、“重视品牌体现的身份风格定义”、“喜欢DIY”等形容“80后”的消费观念。

看看现在的商场广告,“潮”、“in”等时尚新词出现的频率越来越高,要吸引“80后”,就要说他们认同的语言。

今冬最畅销的四款鞋

随着气温下降,时尚一族纷纷上演鞋子秀。毛毛靴、洞洞鞋、羽绒靴和过膝长靴成为今冬最畅销的四款鞋。

皮草是王道

“今年真的是皮草年,毛毛元素成为很多设计师的心头好,今年的毛毛靴比往年多了很多。”商户介绍,不仅是靴子,很多平底鞋也加入了皮草、羊毛等元素,让鞋子看上去更加奢华、保暖。

2010冬季的女鞋因为皮草而变得更加丰富多彩,时尚摩登的细高跟、俏皮可爱的坡跟、舒适的平跟,加上局部皮草点缀,或整体皮草包围,各类风格的“毛毛鞋”组合让时尚女性爱不释手。

过膝长靴走俏

“今年过膝长靴很潮,穿起来显得腿特别美,防寒及舒适性都很强。”商户介绍,今年的过膝靴颜色多,红色、紫色、咖啡色、墨绿色都卖得比较好。此外,过膝靴特别注重细节设计,铆钉、水钻、绑带、蝴蝶结等,为不同风格的女性提供多种选择。

“过膝长靴是很多爱美、时尚女孩

毛绒内胆时尚保暖

冬日的鞋子搭配了毛绒绒的内胆,不仅时尚还很保暖。红色、粉色、黄色、蓝色、咖啡色,洞洞鞋颜色多样,款式也紧随时尚潮流。设计师们把前几季流行的苏格兰纹巧妙地运用在洞洞鞋上,让洞洞鞋可爱又不失时尚。

羽绒靴受宠

光滑的面料、鲜艳的颜色、良好的保暖效果,让羽绒靴在这一季备受女性喜爱。“羽绒靴比较保暖,特别适合冬天怕冷的MM。”经营户介绍,今年羽绒靴款式多样,多数是中筒和低筒的,销量不错。

秋冬季节,羽绒靴搭配大衣、紧身裤或者各类袜子,不仅保暖,而且炫目。

崔璐

宣酒集团的三块石头

安徽宣酒集团,有三块石头。走进大门,迎面是一块宽大的石头,上面是该公司董事长李健手书的“为员工创造幸福”,这是宣酒集团生产经营的座右铭,一切工作围绕员工,一切生产经营都是为了给员工谋福利。董事长李健说,宣酒集团原来是国有企业,从2004年改制后,在广大员工的共同努力下,宣酒产品占据当地68%以上的市场,这其中,当地政府功不可没,在对外接待中,除非来宾有特殊要求,宣城市政府一律使用宣酒招待客人,宣酒因此成为宣城一张亮丽的名片,截至2010年11月底,宣酒的销售收入已经达到5亿多元。

走出酿造车间,前行数十米,映入眼帘的又是一块石头,上面镌刻着从2005年以来公司先进员工的名单,宣酒集团一位副总介绍说,这些都是公司一线的员工,他们为公司的发展作出了突出的贡献,在宣酒的发展史上留下了他们永远的记忆。这是在鼓励员工,他们也在鞭策公司领导,企业发展离不开员工的辛勤工作,公司发展永远离不开员工的参与与支持。

宣酒集团的第三块石头是个千字石。李健董事长说,这有两种含义,一是这块石头刻有宣酒集团企业文化建设理念体系共一千字,有使命、共同愿景、宗旨、核心价值观、精神和宣酒信条等,起初,公司通知,凡是员工能改动一个字,公司奖励一千元,能改动一句话,奖励两千元,这也便是千字石的第二个含义。

千字石铭刻着宣酒人的发展观,即:不做第一,只做唯一;学习是创新的源泉;先做对,后做好;竞争对手是最好的老师;培训是员工最大的福利;感恩是一种生活态度,更是人生的一笔财富……每一个经过此处的人都能产生一种强烈的共鸣。

从规模上看,宣酒是一个小企业,可谓名不见经传,然而正像千字石上说的,不做第一,只做唯一。的确,从实力上说,宣酒要想成为安徽白酒的龙头老大,短时间内并不实际。但是他们走出了一条独特的发展之路,在文化品牌上狠下功夫,他们认为,文化的,才是品牌;文化的,才有恒久的内涵;文化的,才能更多地吸引消费者的消费欲望

和消费信心;文化力,就是竞争力。宣城的酒道馆,可以说是全国首批的酒道馆,并且已经成为著名的工业旅游区,为各地的旅客带来更多的视觉享受和宣酒的知名度和美誉度。

也许,宣酒集团公司内的三块石头,不过是宣酒企业文化的一个缩影罢了。前不久,河南五家酒类企业的董事长、总经理们来到宣酒集团参观学习,宣酒留给了豫酒人更多的思考和启示,如果成功可以复制,笔者相信这一天会早些来到。

王见宾



资讯速递

纪梵希即将入驻新玛特郑州总店

本报讯 12月20日,纪梵希专柜将正式入驻新玛特郑州总店。届时,国际奢侈品牌GIVENCHY专柜将揭幕。

法国品牌纪梵希是奢侈品牌集团LVMH旗下一支独有的设计师品牌。这一品牌承载着对时尚与优雅的不断追求,纪梵希先生设计的服装分别在1978年和1982年荣获法国时尚界最高奖项“金顶针”奖,成为国际时尚界的一支奇葩,他所设计的服装中,“黑、白、灰”成为时装的经典三色并被人们一直所传承和沿用。而今,纪梵希品牌已在中国地区开设了多家店铺。

据悉,新玛特郑州总店与纪梵希专柜为答谢绿城消费者,12月21日至31日,消费GIVENCHY全场9折、10倍积分,消费纪梵希任一单品即可办理大商新玛特郑州总店至尊卡。同时,买赠活动展开:购买纪梵希满3888元送280元品牌袜子,满6888元送580元品牌香水,满9888元送WMF酒壶,满16888元送26英寸液晶电视。

(赵佳)

消费现象

冬季家电保养有妙招

经过几天大幅降温,市民开始感受到冬天的气氛,一些家庭开始将好久没用的取暖器、加湿器拿出来,而忙碌了大半年的制冷空调也要进入休息状态。面对琳琅满目的家电,保养一下是少不了的,冬季应该如何保养家电呢?业内人士特别推荐了冬季家电保养的小窍门。

离岗家电 好好清洗再休息

据工作人员介绍,不管是即将离岗的空调、电风扇,还是要拿出来用的电暖器、加湿器等,都要做好保养工作。首先,对于要离岗的家电,一般要先清洗干净,再进行收储。

风扇:风扇这类电器一般都是清洗干净后放到储物间里,这类电器很多部件是塑料材质的,冬天容易受冻,需包装后放置,最好放点干燥剂,免得电路板受潮。

空调:空调的保养相对就复杂一些,在空调“休息”之前,最好为它“洗个澡”。空调的构造比较复杂,一定要将空调各通风关口与蒸发器处的污垢彻底清洗,才能有效保养空调系统,延长空调使用寿命。除了拔除空调电源之外,还应把空调遥控器电池取出,防止电池漏液腐蚀。

雨水和低温及来年春天的风沙都会对空调的室外机造成影响。所以最好把空调室外机简单清洗擦拭,用空调罩罩好。若是冷暖机型,可以继续使用一段时间,供暖之后再清洗不迟。清洗时顺便检查室外管路是否有胶带脱落,排水管的一端最好用纸或胶带简单封堵,避免沙土的沉积,此项工作找专业人员做比较保险。由于室内不必防风挡雨,室内机罩只需一层纱布防尘就可以了。

另外,在使用空调罩之前,要把空调选择在送风挡开启半天,吹干空调机中的冷凝水,以免长时间将冷凝水留在机内滋生细菌。此外,要拔掉电源插头,取出遥控器的电池,为了防止空调因长时间放置受潮以及润滑油冻结,最好在冬季里开机一到两次并运行一段时间,一般运行20分钟左右即可。

上岗家电 确认安全再使用

冬季,取暖器是很多家庭必备的小家电,现在很多家庭采用的都是红外线电暖气,由于其加热管暴露在外,存在较大的安全隐患。家有老人、孩子、病人,使用时都要格外注意。电暖气在使用前要仔细检查,定期用干布擦拭网面和加热棒,去掉上面的灰尘和脏东西,以免造成室内可吸入颗粒物浓度上升。同时,电暖气不要靠人太近,否则长时间局部加热,会降低人体的免疫能力,影响呼吸系统。

专家提醒 家电不宜频繁清洗

很多注重卫生的主妇一有空就给自家的洗衣机、冰箱、空调“洗澡”,其实也是不正确的。家电顾问告诉记者,家用电器需要清洁,但频率不能过高,否则不但不会加强除菌的效果,还会影响电器的使用寿命。例如,有些主妇喜欢隔几个星期就给冰箱断电,来一次彻底的清洁,这种做法对冰箱的压缩机损耗很大。在清洗家电之前,最好阅读说明书,了解保养家电的要点,这样才能达到保养家电又保护家人健康的目的。

张栋栋