



10月19日,中原万达广场店庆爆发,正道中环百货周年庆第一波特别营业时间已亮相一星期,两家商场均人气爆棚,销售井喷,于此,郑州商业店庆战一触即发。

本周末,大商新玛特郑州总店、二七万达广场、正道花园百货三家也将迎来店庆“正日子”,而后,郑州百货大楼、丹尼斯百货人民店、大商新玛特金博大店等商场将陆续庆生。

店庆,对于商家和消费者而言,有着明显的实际意义,那么,今年如期而至的“店庆模式”又有哪些新鲜事儿?郑州几家大型商场销售业绩能否再创新高?时代在变,消费习惯在变,多元化竞争下,什么才是店庆“主心骨”?

超前回馈 郑州商业进入店庆模式

本报记者 武姣 曹阳图

扎堆“过生日”利大于弊

不止郑州,全国多个城市10月、11月份都会出现店庆潮,商家扎堆“过生日”的现象已成常态。

“这是有深层原因的。”河南省商业经济学会常务副会长兼秘书长宋向清认为,“春节期间是一年中最大的旺季,有些商场这个期间业绩甚至占全年的三分之一,所以,商家选择开业时间大都考虑10月、11月份,目的就是练兵求利好,迎接旺季,力争‘开门红’。”

商家在同一时段集体店庆,竞争会更加残酷,弊端也十分明显。郑州商业

店庆潮袭来 全城狂欢

每逢店庆季,为“讨好”消费者,商家使出浑身解数,用“亮点”为自己代言。纵观已开战的大型商场,无论是营销方式还是促销力度,都堪称前所未有。

上周末,现实版“开心农场”搬进中原万达广场,人头攒动的情景印证此次主题展运行成功,从而产生了大容量商气,也给中原万达广场交上同比20%增幅的佳绩。

本土商业品牌正道花园百货,同期以1000返1000/500的特惠促销,点燃消费者购物激情。“去年店庆活动是1300返1300,今年门槛降低。”正道花园百货企划部经理刘新义说。

而即将展开店庆的商家也会给消费者带来诸多惊喜。商家今年通过微信提前发送信息,微信公众号成为店庆购物指南,同时,商家在服务上做精、做细,比

如大商新玛特郑州总店10月21日~27日,每日9:30、11:00、15:30实时为消费者播报周边停车位、路况信息。另外,满减、赠礼、抽奖等丰富多彩的活动还将重磅推出。

相比商家,消费者更加期待店庆,“店庆日能吸引全省各地的消费者,大家早已备好心情、时间、资金,到时来郑血拼。”丹尼斯百货总经理蔡英德表示。

据了解,去年丹尼斯百货人民店15周年庆,11月16日当天销售额达2.67亿元,大商新玛特郑州总店4周年庆10月28日销售达1.47亿元,这也给郑州两大“百货巨头”今年的表现带来压力,对于是否能创造新的纪录,业内人士认为,今年形势不乐观,很难预测,商家应以平常心看待,数据仅是其中的一个指标。

店庆·精明购

买的不如卖的精 消费者如何“拾”惠

在商场店庆爆发日,往往收银台前排起长队,导购手忙脚乱,专柜陈列的商品也被消费者疯抢,这种情况下,寻找“战利品”也还需要点儿技术含量,除了提前踩点,留意店庆DM杂志,消费者还需做以下准备。

关注一:折扣

一般情况下,商场最直接的优惠活动是打折、返券和立减,诚然,直接打折、立减比较容易计算,但返券需清楚核算方式,业内人士认为返券一般公式为:实际消费金额/(实际消费金额+返券总金额)=折扣。然而,大多商品价格个数多以9结束,为凑齐返券金额,不少消费者增加在商场逗留时间,再度消费,为避免陷入“恶性循环”,消费者凑券补买的商品应以帽子、围巾等价格不高的易消耗品为主,还要注意是否商场所有品牌都参加返券活动。

关注二:积分

记者发现,郑州几家大型商场在店庆时都会推出高倍积分、积分赠礼的活动,事实上,积分同样能“省钱”,不容忽视。特别是少有打折的化妆品,高倍积分,分数越高,换到的礼品越超值。但消费者也需考察礼品的实用性和价值度,不可单纯以积分诱惑来左右购物选择。

关注三:特卖

店庆时,在商场大厅和进口处往往都会有大型特卖会,折扣低至两到三折,虽然服装不是当季流行款式,尺码、型号也不齐全,但是只要细心挑选,常常会有意外惊喜,尤其是经典款、基本款等百搭服饰,“先到先得”,不过,消费者不可盲目狂热,还须理性消费。

营销制胜点“叠加效应”

市场蛋糕就这么大,商家欲分食更多就得看谁更能满足消费需求,谁更能适应市场变化。

不难看出,郑州商家的营销手段每年都在进步,实现创新,包括体量受限的传统百货,也开始从文化、体验营销方面进行突破。但对于消费者而言,无论营销怎么变,真正的实惠总是第一需求。

记者了解到,今年的店庆潮中,购物中心以主题展为最大亮点,传统百货和大卖场以超低价折扣的返券活动为主。同样提高人气,哪个效果最佳?

袁健认为,由于经营理念不同,购物中心更多的是文化传递,此次中原万达广场国内首创现实版“开心农场”,将室内步行街渲染出绿色清新的氛围,消费者来到这里不仅仅是购物,而且还有娱乐的成分,对于孩子增长知识也有帮助。

“作为终端零售,应注重特色,定位需更加细分。”

张焕玲则表示,“无论如何竞争,价格因素一定存在,虽然大家关注点不一样,但消费者最关心的是有没有实惠”。

有分析人士认为,两者并不矛盾,购物中心的主题活动先亲民再聚人气,如果有了优惠促销,拉动消费的效果更加

圈内人士普遍认为,扎堆搞店庆必然导致消费分流。

“要客观看待扎堆店庆,郑州商业市场需要大家共同来维护,一枝独秀是不可能的。”正道花园百货事业部副经理张焕玲说。

中原万达广场营运副总袁健告诉记者,“店庆时,大家力度都很大,难免会分流一部分客源”。

不过,更多的声音还是为商家集体庆生叫好。宋向清表示,店庆潮承前启后,使10月、11月不会很淡,又为年底旺季热身,同时,商家正巧能通过店庆来提

前了解不断变化的消费结构和趋向,为春节旺季做足储备工作,另外,每个商家年底都会根据销售业绩为员工发放奖金,这也提高了工作积极性。

“就像人过生日一样,都希望亲朋好友来祝贺,热闹一下,商业圈内形成的自然而然的店庆模式,繁荣的是消费市场。”袁健说。

张焕玲称,店庆期间虽各自都有经营压力,但不排斥扎堆,在商言商,利益不是第一的,店庆也是商业对社会、消费者、供应商的一种回馈。

直接,而价格始终是营销第一冲击力,是最能打动消费者的有效手段,特别是大众消费者对价格十分敏感,尤其是家庭妇女和退休人员,会货比三家。

“店庆时的营销更应该讲求‘叠加

效应’。”宋向清说。“所谓‘叠加效应’就是商家在做营销活动时,不能只停留一个层面,需通过价格、环境、服务、体验等多方面深入,打‘组合拳’才能收到最大效果。”



←“神兽”羊驼在看镜头

→ 中原万达广场从几个月前就开始培育这些蔬菜,现在长得很好。

店庆·进行时

二七万达广场 惊喜连连

活动时间:10月26日-11月3日
 活动内容:活动期间,在二七万达1号门处,进店顾客微信扫码即可获得礼品一份,数量有限。另在10月26日、27日、11月2日、3日,在一楼服务台,女性顾客可免费领取9元“女神”特权卡一张,可享“女神”特权服务一次,26日当天晚8点后,消费满1000元可凭小票兑换出租车费20元。

大商新玛特郑州总店 超值感恩

活动时间:10月27日
 活动内容:活动当天,500个品牌参加“500返300”返券活动,黄金、化妆品、家电、手机、名表、餐饮娱乐等特约品牌收券,其中,精选品牌黄金每克减30元,ERDOS中厅特卖全场1-3折,兰芝500返100等。

正道花园百货 巅峰回馈

活动时间:10月25日-26日
 活动内容:10月25日,会员多倍积分,普卡2倍积分,金卡3倍积分,钻卡5倍积分;10月26日,一线大牌超值满返:1000返1100/600(含100元运动/小家电电子券),活动期间,推出9:30到自然闭店的特别营业时间。



商业那些事儿
 栏目记者 武姣

宋向清

河南省商业经济学会常务副会长兼秘书长



宋向清

店庆对于商家来讲,的确存在实效。店庆是一年中最重要的促销活动,商家根据消费者需求,通过优惠促销,将商品卖出去。不管是人气还是利润,都是一年中的销售黄金点,备受商家重视。同时,店庆也是商家在进行年度总结,特别对于上市企业,消费者也可通过店庆来掌握其股票走势。店庆这种进行特殊设计的人为行动,带给商家深远影响力。

行家说店庆

由于传统习惯,秋冬季节是消费者大规模购物的时机,商家借店庆来回馈消费者,特别是固定客群,店庆也是一年中做的最大的营销活动,当然,要以独特的营销活动来吸引消费者。此外,店庆不仅使商场盈利,业绩提升,而且也能拉近与消费者之间的距离,提升消费者对品牌形象的认知。

袁健

中原万达广场营运副总



袁健



蔡英德
 丹尼斯百货总经理

做商业一定要以回馈消费者为主,特别是店庆。周年庆的意义何在?还是回馈消费者,要以视同开业的状态忠实回馈,这才是店庆真正的本质和精神。像丹尼斯,平时不会频繁搞促销活动,店庆时给消费者最大力度回馈,直接明了,不会让消费者眼花缭乱,同时与各厂商诚意配合,衷心为消费者着想。“店庆也能测验你这个店口碑怎样”。

维体集团 举办十周年风尚大典



本报讯(记者 张涵秋)10月20日晚,维体集团在河南艺术中心举办10周年庆典,奥运冠军李雪莹倾情助阵,快乐超女时尚加盟,你最有才王珊珊实力献唱,超模程慧颖惊艳亮相。

维体健身不仅用精彩的节目庆生十周年,更通过“三次权威发布”,回顾了10年的历程,以及未来企业新的走向。

现在维体不仅有健身项目,还有维雅温泉酒店等项目,即将启幕的维体四季·联盟新城等。维体集团CEO靳伟表示,维体集团是一个不断奔跑的企业,从一年走了十年,从名不见经传的小企业到足以撑起一片天的大集团,维体一直以“十全九美,永不止步”的心态,持续踏步前进在专属自己又同属中原还会继续扩展的征程上。

积分宝 消费养老布局河南市场

本报讯10月22日,积分宝消费养老新商业模式研讨会以及河南省首届利国利民利商消费养老事业项目说明会在洛阳栾川举行。

积分宝河南分公司董事长包绍卿介绍,积分宝消费养老已在全国多个省启动,4个月时间内,河南市场发展了13个市级服务商。

积分宝消费养老给商家、消费者、社会带来方便,该公司加快布局河南积分宝市场,并做出了4个具体的战略计划:在各地市县成立积分宝商会;成立河南积分宝商学院,成立河南积分宝旅行社,在河南18个地市建立18个积分宝养老院。(杜磊)