

编者按:要过年了,全国的老百姓都在欢天喜地迎接春节,准备过一个热热闹闹的团圆年。而各行各业的商家们也没有闲着,他们大搞各种促销,施展种种营销手段,期望在春节这个黄金时节大赚一笔。

百姓过年 商家过节

——春节营销谁赚欢了

天津:中档酒高档烟茶礼盒热卖

■ 北方

新春佳节将至,津城烟酒茶市场都呈现一派火热气氛。其中,中低档白酒借大力度促销开始启动节日行情;售价在每条千元左右的高档香烟也迎来周期性销售旺季;而在“送礼不如送健康”的理念下,茶叶礼盒正逐渐成为礼品市场的新宠,而散装茶叶的销量则出现回落。

白酒促销力度大 中档礼盒成首选

当下正值传统酒类消费高峰,在津城市场上,尽管以茅台、五粮液为代表的高端白酒销售情况冷淡,但价格在 500 元以内的中低档白酒的销售行情已经悄然启动。春节前一天,在位于真理道附近的某大型超市卖场内,白酒货架摆了整整两排,近 1 个小时的时间内,就有 10 余名市民购买了白酒礼盒产品,“本来打算买点

酒,留着过年时自己喝的,没想到白酒礼盒的促销力度这么大,就挑了两盒,过年时送礼用。”市民李先生选购了两款价格在 300 元左右的白酒礼盒和一瓶价格 50 元的普通白酒。

目前,在该卖场买两瓶以上洋河蓝色系列,送 40 元至 125 元不等的购物卡;买价格为 258 元的 53 度 1898 老郎酒两瓶送 80 元电话卡;38 度帝王风范、52 度泸州老窖礼盒装等白酒也都出现现金直降的活动……卖场内的销售人员表示,目前,中档白酒的销量呈现大幅增长,已经持平于去年同期水平,“大力度的促销活动刺激了市场,估计随着节日的临近,促销力度还有望进一步加大。”

不仅超市卖场中的中低档白酒进入了节前的销售旺季,在本市烟酒直营店等白酒的零售渠道中,销售人员同样表示,“价位在 200 元至 500 元之间的白酒礼盒,逐渐成为了市民节日礼品的首选。”在位于咸水沽附近的某烟酒直营店内,销售人员

表示,以往春节前最后一个月,都是茅台之类的高端白酒供不应求,但是在今年,价格比较便宜的中档白酒礼盒却更有人气,“最近一周,店内中低档白酒的销售额已经将近 4 万元了。”与此同时,红酒礼盒和部分洋酒也成为市民春节礼品的选择对象。

在该市经营多年白酒批发生意的经销商费先生表示,经过白酒“塑化剂”风波后,中低档白酒的销售受到了一定的冲击,不少市民甚至放弃选购白酒产品,但随着节日礼品市场的启动,中档白酒依靠价格优势,重新启动了节日行情,“预计临近春节的最后两周,中低档白酒的销售能够达到一个新的高点。”

烟草一买七八条千元左右最好卖

离春节还有 20 天,香烟市场已经迎来了周期性的旺季。河西区南楼烟酒香烟专柜的营业员告诉记者,这轮市场行情从 1



月中旬就启动了。这些天,不少来买烟的,一个人买七八条的也屡见不鲜。“自己抽的一般都是买几盒或者一条,像这样一买好几条的大部分都是送礼的。”

景德镇:家居饰品让新年更红火

■ 朱力

“每年过了腊八之后,就等于进入新年了,过了腊月二十,就要开始置办各种年货。”80 岁的刘老太太是老城区的居民,虽然离春节还有近 20 天的时间,但她却已经开始准备家里过年的物品。刘老太太从小在安阳长大,在她的记忆中,春节是喜庆而热闹的。她说,儿时自己很喜欢过春节,因为春节期间,孩子们不仅吃得好,穿得漂亮,玩得开心。

“元旦才刚刚搬到新家居住,由于搬家前时间比较仓促,很多东西准备得不是很充足,正好今天周末,全家人都有时间,就一起专程赶来挑选一些家居饰品,想让自己新家的风格显得更独特、更有个性。”上周末,正在丰乐路某家居装饰品店购物的黄先生如是说。

过大年,贴对联、挂福字,这些传统民俗,除了表达美好的祝愿之外,本身就是居家装饰的一部分。陪着长辈亲友去逛过年饰品大卖场,看到大红大金的对联、贴纸,总能让许多人忍不住掏荷包。

除了传统的年味饰品,生活中所有起居用品,也都可以换成年味十足的新品,一套床品、一盏灯具,甚至是一组熏香蜡烛,都能达到巧妙地增添春节喜庆气氛。花团锦簇的床品,能让我们感受到春天的气息;精致的花瓶更能衬托出花枝上的娇艳花朵;而小小的红烛所散发出的温暖,则直抵人心。过年,其实就是全家人其乐融融地在一起生活几天。

记者走访时发现,目前市场上热卖的小家居饰品价格不高,但极具个性,有着较强的视觉冲击力,很多消费者购买都是因为其可爱的造型。部分购买者还表示,有的饰品买来是自己用,有的就当新年礼品送给亲朋好友。

追求品质生活的人们,开始逐渐爱上了熏香。那淡淡的香味,总能给人带来莫大的舒适感。寒冷的冬夜,在案台上点一盏香烛,自然不指望它能给夜晚带来多大的光明,但那烛光所传递出来的温暖,却能深入人心。而红色的香烛更散发出浓浓的年味,能让人轻松尽享居家生活,又增加相聚的团圆气氛。不过这类家居摆设不大适合出现在大家庭中,用来营造两人世界的浪漫氛围还是不错的。

在节日家居饰品区内,一位工作人员介绍说,今年的“福”字样式很多,各有特色。一些做成浮雕形状的“福”字最受顾客的青睐。在对联区内,对联不仅在内容上丰富多彩,在材料和颜色上也有很多变化。“今年有一些新品种,有些对联上面覆盖了一层防水膜,任凭风吹雨打,可以保持一年左右的时间不褪色,这位工作人员向笔者介绍到,各式各样的兔子也成为家居饰品市场上一道亮丽风景线,都让人们切切实实地感受到了春节的到来。

春节过后,新年伊始,春天的日子不远了。过年,从某种程度上说,其更涵盖了人们对于新的一年、未来的美好期待。据富安娜床品的销售人员介绍,冬日里人们更青睐一些暖色调或颜色比较浓郁的床品,在加上一盏温馨的台灯,为的就是希望借助床品的颜色来打造冬日的温暖。而春节过后意味着天气回暖。此时,不妨选用一些大花朵、颜色偏素雅一点的床品来进行卧室点缀。“正如大自然一般,淡黄色的迎春花开放,但并不意味着花圃里就已经到了仲春般热闹。”这位销售人员说到。

感受新年的气氛,感受不同的家居装饰品,感受不同的自己,让新的一年充满激情,让自己的爱家变得更加温馨、温暖,和和睦睦度过 2013 美好新年。

家装:抓住春节前促销良机下单

■ 曾泳智

近一两个月,四川资阳楼市交房量较大,其间收房业主较多。有些动作快的业主已经开始进入了家装进程,于是有些业主开始犹豫,是抢在现在花高价开始装修好,还是等年后再订单动工?现在开工,年前做不完,很多项目还要等到春节后再做。现在不开工,又急于想搬新家,过年这一耽搁就是一两个月。记者走访了资阳几个家装公司,几家公司的均认为,春节后家装行业一些价格或会上涨,建议业主们可以年前设计好方案并以现在的单价定下装修,一是给家装设计留下充裕的时间,二是对年后涨价可防患于未然。

年末促销多力度大

在天宇市场,不少装修公司在争抢跨年装修份额的时候,都打出了“岁末钜惠”“全年促销活动最大优惠力度”等广告标语,华浔装饰优惠总监方乐告诉记者:“年末是各公司冲刺业绩的最后销售节点,此时的促销活动也更加的实际,没有多少花哨的成分,一切促销措施只为拉动成交量,所以促销力度往往会比五一、十一力度更大,来争夺有限的市场份额。”促销活动并不频繁的曦曦装饰也推出“在 1 月 31 号之前签订基装合同金额 5 万以上,工程直接费 8.6 折,交定金 1 万元抵 2 万元”等各种优惠活动,吸引消费者眼球。

春节前下单避免年后涨价

浩安装饰设计总监刘总监在采访中称,年底倒不失为一个下订单的良机。在年底这个促销节点中,很多装修公司推出了“春节前签单、年后开工”的特惠服务,也有很多建材商家为了清除库存和年底冲量,对部分商品进行打折促销,既满足了大多数家装业主年后装修的心愿,又能享受到年末促销的优惠价格。对家装公司和建材商来说,早早把订单拿到手,做到春节后一段时间内的经营心中有数,在春节前的促销中也敢于让价。而且现在下单还有一个价格合约上的优势,年后一旦建材价格或装人工费上涨,春节前的订单将仍然按照订单上双方约定的单价执行。

记者还从其家装公司获悉,春节前签单、年后开工的另一个好处,是家装公司的设计师年底客户少,设计师们在设计时可以互相协作,使业主的设计文本方案更细化,消费者与设计师也有更充裕的时间对装修方案进行选定修改,完善很多容易被忽略的设计细节问题。业主也可以利用这段时间把家装预算做得更细,避免开工后临时改变想法,保证年后施工的正常进行。

诺奇:促销不走寻常路

■ 杜育玲

临近春节,服装业迎来销售“黄金时期”,早在元旦后,各服装品牌、商家就已纷纷出招抢占销售先机。纵观市场,虽然促销手段是花样百变、层出不穷,但“换季折扣”“春节大促”“买满还赠”等惯用形式仍频频出现。

但这其中也有不少品牌、商家不走寻常路,以独具特色的春节营销战略或营销概念出现在促销大军中。

概念融合营销切入促销大军

记者观察到,诺奇时装推出的以“69 诱惑”为主题、融合概念和促销为一体的春节会员回馈活动,就是其中一个。

据了解,早在 2012 年圣诞节,诺奇就启动了以“69 诱惑”为主题创新促销模式,在春节即将到来之际向会员发放福利卡刺激消费,以迎接年终这一服装销售黄

金时期。2012 年圣诞节和 2013 年元旦期间,诺奇就开始向其在全国市场拥有的数十万会员,以年终福利的形式赠送“VIP 福利卡”及特别定制的时尚暖冬围巾,为春节前的销售高峰埋下伏笔。1 月 10 日起,诺奇会员只需持“VIP 福利卡”,就可在诺奇门店畅享丰厚的会员专属春节福利。

目前,“69 诱惑”VIP 专属春节回馈活动开展仅一周,却引起了广大消费者的热烈反响。据悉,诺奇门店人潮爆满、热闹非凡,目前已有 35 万会员加入“诱惑行列”。参加活动的顾客通过享受福利,挑选到自己心仪的新年服饰,乘兴而来、满意而归。“春节正好要买新衣服,诺奇真贴心,在这个时候发福利,我今天总共买了 5 件!”在诺奇泉州清蒙店参加活动的一位顾客说。

线上线下结合立体宣传

除了在充分发挥“会员数据库营销”

网购:促销正在酣战

■ 郭晓红

“年底大清仓”、“物价回到五年前”、“再不买,就没了”……双十一、双十二的网购促销波之后,新一轮的年终扫尾行动也进入了白热化阶段。为了增加点击率,各路网商极尽所能,无所不拼。但也许是大批量生产的原因,近来不少网友反映,似乎年终的产品不如以往那么好了。为此,特别提醒市民在临近春节前的网购促销潮中,应保持冷静,别跟风购买。

春节促销战“白热化”

这两年,网购似乎已经成为新型主流消费趋势,网络市场收成颇丰,尤其是去年 11 月以来,网购促销热潮此起彼伏,各地快递公司甚至出现爆仓现象。据了解,双十一当日,淘宝全网收获 191 亿元订单,创下全球网购史的最高纪录。随后不到一个月,阿里巴巴集团在杭州宣布,截至去年 11 月 30 日晚 9 时 50 分,其旗下淘宝和天猫的交易额已突破 10000 亿元。

纵观每一次的淘宝促销活动,除了品牌之间的较量之外,最主要的仍是价格战,年终亦是如此。“从上大学开始,我就只在网上购物了,除了看品牌外,哪家东西实惠好用,我就选哪家。”小王告诉记者,每次淘宝促销活动她都有参与消费。从事会计工作的小徐说:“如今实体店的衣服实在太贵,不是上千元,就是以万元为单位,普通工薪阶层压根消费不起。”小徐称只有在网上,她才买得到物美价廉的衣服。

近期,由于春节临近,中国人特有的“过年要过新”情结再次给网商们带来了商机。打开淘宝等商城,各式各样的促销活动如品牌特卖、品牌街、包邮专区等直而来,不断刺激着淘客们的消费神经。而近年来攻势猛烈的京东、苏宁易购、易讯等 B2C 网站也不示弱,纷纷推出各式各样的春节促销活动。



赶工商品质量低

在这次的年终大促活动中,大多数商家都以“清仓度春”的为目的,以套餐搭配、限时折扣、超值福袋等形式来博取眼球、赚取点击购买率。当然,此举对于广大消费者来说有着强大的吸引力,但是仍有不少网友反映,虽然年终大促价格比较优惠,但一些商品的质量似乎没有之前那么好了。

“不知道是不是因为年终赶工的原因,最近两次网购的羽绒服质量都没有实体店的好。”李小姐说,以往购物她都会定点几家网店,但最近一段时间,在同一家店买到的商品明显就不如以往的多了。

市民陈小姐更是碰到一件衣服的一整条袖子居然都给缝歪的情况,她说道:“在那家淘宝店不知买了多少回了,可这次真的太令人失望了。”

也许真的是批量生产、日夜赶工的原因,记者发现,近段时间不少网友都纷纷抱怨购买到的商品存在或多或少的质量问题。在某知名男装品牌官方旗舰店,打开其中一款商品的评价详情一栏,记者发现,许多网友言语之中存有颇多不满,如款式太薄、性

价比不高、做工粗糙等。又如一家知名金冠店,店内也推出了不少优惠活动,如一款标价为 199 元的长款修身呢子大衣,短短 30 条评价中,就有 10 余条表示不满意。

购物攻略须牢记

网络购物是在虚拟空间中进行的,这期间,或多或少都存在风险。因此,网购时,尤其是面对商家大促销,消费者切记要稳住阵脚,不盲目,不冲动,买之前,多比较,并根据自己的需求有计划地理性消费。

首先,购物应选择知名的、有信用制度和安全保障的购物网站,并挑选信誉好、评价高、有退款保证的网店。在购物时要多与客服作交流,并将聊天记录等内容截图留存,以便发生纠纷时作为投诉依据。

其次,在交易时,要提高警惕,保护账户安全。对于卖家(包括朋友)通过 QQ、电邮等方式发送过来的网址和文件,不要急于点开,以免进入钓鱼网站上当受骗。

最后,在收货时,最好当着快递员的面认真清点核对,如发现缺货或货品与描述不符,要及时与卖家沟通。