

浅谈我国零售商业的促销策略

四川省社会科学院区域经济研究所
胡美伦

关于我国零售业促销策略的分析

目前,我国零售商业促销策略实施的方式有价格促销、复合促销等,但是我国的零售商业企业对现代化的促销手段还不成熟,还有待于进一步的完善。

家乐福、沃尔玛、麦德龙等外资零售巨头正以前所未有的速度大举扩张。很快在中国市场有了一席之地,并以低价、多品种、大型停车场为其主要竞争优势。其中,外资零售企业的价格策略尤为突出,成为他们抢占中国零售市场的有力武器。然而,在对外资零售企业的价格进行全面、深入、细致的剖析后,就会发现其低价策略的表现形式十分灵活多样,并不仅仅是在低成本上直接低定价那样简单。而且,许多商品的价格与国内零售企业并无多大区别,却能给人们形成低价印象,这其中奥秘何在?原来,外资零售企业除了切实奉行“低费用、低毛利、低价格”的经营原则之外,更重要的还在于他们着眼于消费者心理感受所形成的效应,娴熟运用定价艺术,采用高超的价格策略,实施完善的价格管理,这些均值得国内零售企业借鉴。复合促销,这种促销方式就比较多样,也为商家所乐用。比如现在经常见到的加量不加价、折扣优惠、包装赠送、样品免费邮寄等等,都可归属于复合促销的范围。复合促销的特点是操作性强,见效快,消费者的利益点明确。

促销具有目的性,看看现在所进行的很多促销行为,很多都存在着目的性不明确,甚至对于一次促销行为到底是要提升销售,还是提高试用率等等,都模糊不清。目标具有针对性,所有的促销行为,都必需针对目标市场进行细分,使促销更具有针对性。规划一项促销活动之前,如果不把握周围目标消费者的消费形态或消费习惯,心理及文化需求,就开始,无异于盲人骑瞎马。形式具有创新性,促销形式沉旧,在新的经济形式下,都会使促销效果处于低效率运作状态。现在的促销其实已经日渐同质化,该想的都想了,该做的都做了,再想出更新的促销方式,在超越上难度太大。只要肯努力思索与实践,创新还是有可能的。内容具有科学性、系统性,这是促销成功的关键因素。对于促销的理解不能只局限于片面的降价、现场展示、答题抽奖,它其实是一个系统,一个科学的系统,需要每一个促销阶段都能达成一个目的,并整合起来发挥作用。此外,需要考虑的外部状况尚有:经济情势,政府的政策,法律,社会动向等。对生产资料产品来说,经济情势或政府动向的改变都会立即反映到需求的变化上,尤须特别注意。法律与销售促进的关联也很密切,推动附赠奖品或销售店

改革开放 30 多年来,我国零售业的促销策略发生了翻天覆地的变化,一批以产权制度为核心的国有零售业,通过重组、联合、兼并、入股等形式组建股份制企业 and 大型企业集团。这些企业 and 企业集团为适应市场经济发展,在经营方式上采取物流配送、自营出口,旧货交易、商品代理等先进的促销策略,有效地扩大了商品销售,增强了企业的活力。但由于长期受计划经济体制的影响,面临的困难很大,存在的问题还很多。

援助活动时特别需要注意法律问题。预期未来上述外部状况会越发对企业的行动增加影响力。对于以对外活动为主的销售促进来说,仅仅把握内部状况,当然是不能够足以应付外在多变情势的。产品生命周期,根据产品生命周期的特点,在市场导入期、成长期、成熟期和衰退期根据产品的多个维度,安排适宜的促销活动。

关于我国零售业促销策略的几点建议

促销,销售的不仅仅是商品,销售的还是智慧、热情、服务,销售的更是一种企业文化,一种意识形态。促销策略的制定及实施,要明确目标,不能盲目,要根据实际情况制定与本商场与周围地带顾客情况相符合的促销计划,在促销计划实施前卖场要做好各方面的准备,能够及时应对各种突发情况。采取多种促销方式,齐头并进,搞好卖场的氛围,充分调动起员工工作的激情,也充分调动起顾客购物的兴趣。在促销活动结束后,对此次促销活动认真进行评估和反思,吸取教训,为下次开展促销积累经验。而像沃尔玛、家乐福等国际零售巨头,在各方面都比较完备,在促销策略上确实走在国际最前沿,对此,我国零售企业当积极借鉴,努力创新。

1、认识理念的创新。
在大多数人的眼里,现在的促销被认为



是一种短期行为,不过是一些促销手法的花样翻新,其实,促销是在价格、赠品等基础上的沟通工具。在促销过程中,除了通过各种促销形势与消费者进行深度沟通、促销销售之外,还必须促进消费者对品牌的理解与关注,并逐步建立起消费者对品牌的忠诚。这才是促销的最高境界。品牌的认可和支持才是企业生存的根本。所以卖场促销作为企业促销的一种表达形式。也应该基于这一新的理念。卖场商品陈列、POP 广告的设计、导购人员的服务等活动都应树立和维护品牌形象,培养消费者对品牌的忠诚为指导思想展开,在对促销的认识上有所创新。

2、促销形式的创新。
促销不一定非要利用丰厚的物质利益去打动消费欲望。也可使用概念促销,使消费者尝试一种新的生活方式。例如,可口可乐的“早晨一杯可口可乐”的推广活动,表面上是在宣传一种新的消费方式,实际上是在做可乐的深层促销。尝试,体验一个新的概念也是形成消费的一种动机,不断创新产品概念,激发人们的消费想象力,不断创造新的消费理由,也可以较好地吸引消费者。这也是企业卖场促销的一种创新。

3、购物环境的创新。
由于竞争的激烈及顾客购物需求的升级,卖场开始由“基本基能”延伸到“多重机能”,购物环境愈来愈呈现出“生活化、舞台化、公园化、复合化”的趋势。除了内部环境,优美的外部环境是吸引顾客入店的诱因之

一。例如,美国一家名为“班雅德”的大型购物广场,就是利用旧有的农舍仓库加以整修成为有名的复古型店铺。该店建于平坦的小山坡上,景色极为优美,附近丘陵一年四季开满美丽的花朵,成为鸟语花香的乐园,来此购物的顾客,不但可以买到齐全的物品,不能观赏此地的美妙景色,从而使购物成为一件赏心悦目的事。这正是“创造景观”的经营策略。

4、人员服务的创新。
企业文化和品牌形象的展示都离不开人员的传播。因此,企业应该在卖场一线人员的技能、礼仪培训方面都有所创新,使其更好地为顾客服务。曾经有这样一个例子:王先生到一百货公司选购夏季服装时看到一件衬衫,因其喜欢的衣着类型是属于设计简单大方的,而那件衬衫不太合意。正当王先生犹豫不决时,店员走到他的身边招呼:“欢迎光临。先生,您知不知道这件衬衫的口袋上为什么要配置条状装饰?”先生摇摇头:“不知道,不过我不喜欢这种东西。”这时店员告诉他说:“不晓得您是否有戴太阳镜的习惯?这个带子就是为挂太阳镜而设计的。”由于王先生也有无处放太阳镜的困扰,于是当场便于决定买下这件别出心裁的衬衫。从以上的例子可以看出,顾客一旦走入卖场,店员便有责任让顾客知道商品的好处。在未来,商品进入卖场后按其销售重点在其中以视觉说明的方式向顾客作诉求的做法,将会走越来越重要。

河南煤矿安全监察局党组成员、巡视员薛纯运在河南煤矿事故报告调查核查工作座谈会上要求——采取有效措施确保后 2 个月煤矿安全生产

本报讯 为进一步加强煤矿事故报告、调查、核查工作,近日,河南煤矿安全监察局在河南煤矿“安全培训中心”组织召开了河南煤矿事故报告调查核查工作座谈会。河南煤矿安全监察局党组成员、巡视员薛纯运出席会议并讲话,并要求通过做好煤矿事故报告、调查、核查工作,促进煤矿安全生产各项工作深入开展,确保全省煤矿安全生产形势持续稳定好转。

统计中心樊照科副主任首先讲解了事故报告工作程序和要求;监察一处孙守良副处长讲解了事故核查工作程序和方法;事故调查处处长张习君讲解了事故调查工作程序、方法和事故报告起草技巧。

薛纯运在认真听取参会人员事故报告、调查、核查工作情况介绍、工作建议、存在问题的基础上,就如何更好开展事故报告、调查、核查工作和全体参会人员进行了交流,并提出了具体工作要求。

薛纯运强调,一定要高度重视煤矿事故报告调查核查工作。要经常研究分析煤矿事故报告、调查、核查工作情况,针对存在问题采取针对性措施。按照规定及时上报煤矿事故,不论是重伤事故,还是其它零星事故,或是病亡事故,只要按照规定属于煤矿事故报告范围的,都必须及时报告。深刻认识瞒报事故的危害性。瞒报事故不但让“四不放过”的事故调查原则无法落实,还会使煤矿企业制度棚架、政令不通、管理软弱。

最后,薛纯运要求,扎实开展事故核查工作,要按照谁先接到举报谁负责、上级批示给谁谁负责的原则,切实做好事故核查的组织和协调工作,并严肃追究有关人员的责任。严格事故调查并追究事故责任。事故调查处理必须从严,事故责任追究必须从严,严格按照省政府豫政〔2011〕40 号文件追究事故责任。继续做好煤矿“安全生产”各项工作。采取有效措施,保证今后 2 个月煤矿“安全生产”,确保全省煤矿“安全生产”形势持续稳定好转。

郑州市、洛阳市、安阳市、平顶山市、三门峡市、商丘市、济源市、禹州市、巩义市、新密市、登封市等市、县(市、区)煤矿安全监管部门;各煤矿安全监察分局;河南能源化工集团及其义煤、焦煤、鹤煤、永煤公司,中国平煤神马集团,郑煤集团,河南煤层气公司,河南地煤集团,国投河南分公司,神火集团,济煤公司等煤矿企业;河南煤矿“安全培训中心”等有关人员参加了会议。

(本报记者 任二敏)

用真诚换来信任的海尔

乔迁了新居,家里添置了很多海尔新家电,以前老旧的洗衣机怎么看怎么都不协调。家人都在提议重新购买新的洗衣机。在网上商场里,我来到口碑很不错的海尔商场,在琳琅满目的家电里,我和爱人选取了一台家人都很满意的海尔洗衣机。

在约定的时间里,海尔师傅就把我们精心选择的洗衣机送到了家里了,着装整洁的他们进门的那一刻我再次感受到了海尔那传奇般的细腻和用心,是那么的真诚和人性化。他们来到我家门口,首先从衣袋里拿出随身携带的鞋套,仔细地套在鞋上,小心地抬起洗衣机,去了安装的位置。在师傅精心细致的安装的同时,还在忙碌中抽出时间为我家检测了用电的环境。并且细致的给我们讲解了洗衣机的保养和使用,这样的服务,让我感到的不仅是商家和消费者之间的关系,更是人与人之间的和谐,是海尔服务消费者的细腻和真诚,我感谢海尔,带给我的不仅是好的产品,还带来了他们的真诚。(文文)

天雁公司获 2013“中国汽车工业科学技术奖”

近日,从中国汽车工程学会获悉,被誉为中国汽车界的“诺贝尔奖”之称的“中国汽车工业科学技术奖”已揭晓,湖南天雁机械有限责任公司的《天然气涡轮增压关键技术研究与应》项目荣获三等奖,彰显出天雁公司增压器关键技术的突出优势,打破了国外技术垄断的局面,为国内开发自主品牌的天燃气发动机提供了增压平台支持。

天雁公司于 2007 年展开了天然气发动机涡轮增压技术的研究,现已将“T”技术运用在客车、货车和公交车上,“T”在汽车领域是发动机涡轮增压的意思。目前,国家排放标准日趋严格,石油能源日益紧缺,汽车发动机面临节能环保两方面挑战,天然气以其资源丰富、价格低廉、排放污染低的优势倍受青睐,天然气发动机也是未来新能源汽车的主要方向。相比传统发动机,使用了“T”技术的汽车发动机在动力、节油及减排上优势明显。天雁公司天然气涡轮增压器性能已达到国内一流、国际先进水平,填补了国内采用水冷轴承增压器的产品空白,使湖南天雁成为国内骨干发动机企业中唯一批量供货的民族工业,近三年累计新增利润 3000 多万元,新增税收 1300 万元,有了国内天然气涡轮增压器市场 30%多的占有率和民族品牌中的地位。使用天然气的发动机



基本没有有害气体排放,同时天然气相对于汽、柴油而言更加便宜,还可以达到节能环保的目的。

天然气发动机采用涡轮增压技术后,马力和动力更足,并节约燃料,毫无疑问会极大地提升车辆的动力性、降低油耗等。天雁公司天然气涡轮增压器产品已为东风汽车有限公司、深圳凯鹏源等多家主机厂供货,主要销往湖北、四川、陕西、内蒙、新疆,逐渐扩展到东南沿海城市和海外市场,产品主要适配 180 马力至 230 马力天然气发动机,主要装载在中型载货车、自卸车、城市公交车和各种工程机械上,在我国中西部的矿区 and 城市都有广泛应用。

(记者 李凤发 通讯员 聂九斌)

郑煤芦沟矿唱好职工安全培训“三部曲”

本报讯 为进一步巩固安全大讨论成果,切实提升职工的安全自保能力,日前,郑煤芦沟矿以强化职工岗位操作工艺标准和危险源辨识学习培训为重点,积极唱好学习培训、督查提问、测试巩固“三部曲”,引导全员抓学习、保安全,高铸安全“防火墙”。

在日常工作中,要求各队充分利用班前会、群众会时间,集中学习各岗位操作工艺标准和讨论列举的岗位危险源辨识内容,切实做到人人熟记会背、能说会用。广泛开展督查提问活动,规定各队管理人员利用班前会、跟班检查渠道,逐一进行提问,督促学习背记;矿领导、科室管理人员跟带班检查,要不时



抽查各岗位背记情况,以讲解分析的形式,强化各岗位职工在理解中学习,在实践中巩固,提高学习培训的质量;安全培训中心要采取轮训的方式,有计划、有重点地对各岗位职工进行安全培训。

全面开展安全培训测试活动,分别采取集中测试和区队自考的形式,检验各岗位职工对岗位操作工艺标准和危险源辨识内容的掌握情况,进一步把学习培训活动引向深入。

(本报记者 任二敏 通讯员 张海军)



饮料产业成稻花香又一“绩优股”

近日,稻花香集团旗下食品饮料企业湖北有所思食品有限公司正式挂牌,总投资 5 亿元的 30 万吨饮料项目建设进入设备安装阶段,有所思系列饮料已有 7 款产品面市。这一系列动作显示,该集团跨越发展的又一重要增长极——饮料产业正如初升的朝阳,迸发出勃勃生机。随着该集团产业转型升级平稳过渡,其产业格局正释放出强劲动力,推动集团不断跨越发展。

在饮料产业升级之时,该集团白酒主业仍然保持强劲增势,投资 1.5 亿元的稻花香万吨吨机械化酿酒车间已经投产,市场网络稳步扩大,稻花香酒业公司“金九月”实现销售回款 18 亿元;全省领先的产业园区模式成为集

团发展的有力支撑,稻花香科技工业园进入场平收尾阶段,柑橘深加工项目正在筹备,以稻花香集团为龙头的新型食品产业园区已成规模,并逐步向周边扩张;城镇化建设不断推进,集团承建的小鸭路全线贯通,集团旗下宏信地产打造的龙泉首个大型生态住宅小区领秀龙城全线封顶,酒文化一条街正在对概念方案进行最后甄选。

截至 9 月底,今年该集团已实现产值同比增长 39.22%。稻花香集团从 3 年前便开始转型升级,已形成新的发展格局,并释放出强劲的创造力、发展力、支撑力、带动力,该集团今年 248 亿元目标已胜利在望,将为“十二五”期末实现 500 亿目标奠定良好基础。(顾礼仙)