“十一”黄金周拉动川人消费

■ 本刊 张璐

今年“十一”黄金周,四川省内各地抓住假期消费旺季的有利时机,深入开展“惠民购物全川行动”,营造浓郁的节日氛围和良好的消费环境,推出丰富多彩的便民利民优质服务活动,消费品市场稳定繁荣,市场销售平稳较快增长。

据商务部监测,10月1日至7日,全国零售和餐饮企业实现销售额约9750亿元,比去年同期增长12.1%。今年“国庆黄金周”期间,餐饮、文化娱乐等消费逐渐升温,四川省零售、餐饮等行业再次迎来小高峰。四川省商务厅统计数据显示,“国庆黄金周”零售和餐饮企业实现销售额260亿元,分别较节前和去年国庆增长22%和13%左右。

四川省消费环境不断优化,消费者节日消费多集中在省内各城市集吃、喝、玩、乐、游、购、娱多重功能于一体的大型购物中心、购物广场。此间消费升级特征明显,服务消费成为热点,而各式节会也拉动了综合消费。

消费环境不断优化 大众餐饮大受欢迎

从趋势来看,以购物为重心的节日消费在逐步向休闲度假、出行旅游、餐饮聚会、文化娱乐等多样化消费扩展。消费者节日消费也越来越注重吃、喝、玩、乐、游、购、娱多重功能于一体,四川省消费环境不断优化,消费升级明显,节日期间,省内大众餐饮依然大受欢迎。

随着川内各地消费结构调整,餐饮企业积极转型,调整定位,推出便民实惠、面向大众的旅游餐饮、亲朋聚会宴、婚宴、中式快餐等产品组合,提供团购、网上订餐、外卖等特色化、个性定制服务,增加现场赠礼、表演、摇奖等体验,带动大众餐饮兴旺发展。

10月1日,成都市商务局监测的红杏酒家、大蓉和、红高粱、龙抄手、锦江宾馆餐饮等8家重点餐饮企业实现营业额166.5万元,同比增长约11%。绵阳市商务局监测的森林雨、四维、四海香、海谷阳光、紫金湾五家本土餐饮企业实现经营收入76.7万元,同比持平,比节前翻番。南充市商务局监测重点餐饮企业实现销售1087.5万元,同比增长15.1%。乐山市商务局监测的小二娃、周老三等农家乐生意火爆,营业额比节前增加20%;商务酒店入住率高于往年5个百分点。雅安市商务局监测的重点流通企业显示,13家重点餐饮企业(个体户)经营收入达60万元,同比增长6.2%。内江市城区餐饮营业额同比平均增长30%以上,其中甜城故事、大千国际酒店、天趣等10户重点餐饮企业实现经营收入120万元,同比增长31%。泸州市商务局监测的麻辣空间、王氏大酒店、大荣和、贵丰园精品店和江河鱼楼五家餐饮企业实现营业收入16.3万元,同比下降28.7%。

10月2日,大众餐饮稳步增长,婚宴、家庭聚餐继续成为消费热点。成都市商务局监测的红杏酒家、大蓉和、红高粱、龙抄手、锦江宾馆餐饮等8家重点餐饮企业实现营业额154.9万元,同比增长11.5%。绵阳市商务局监测的森林雨、四维、四海香、海谷阳光、紫金湾五家本土餐饮企业当天的销售共92.29万元,同比增长3.22%。南充市商务和粮食局监测的重点餐饮企业实现销售1371.6万元,同比增长13.3%。

节日期间,人们纷纷走出家门,拜亲访友、购物休闲,餐饮行业上座率持续走高,亲朋好友聚会、家人团聚、同学聚餐以及外来休闲娱乐成为拉动餐饮消费的主力,带动餐饮行业销售增长。

国庆期间新人结婚较多,婚庆喜宴成为“国庆黄金周”期间各大饭店的热点。四川省餐饮企业继续抓住长假期间婚庆宴请、亲友聚餐集中消费的时段,立足大众消费,推出特色突出、经济实惠的菜品等,特色中餐、火锅、快餐等生意兴隆,全省餐饮市场继续呈稳定发展态势。10月5日,恰逢十一假期中结婚好日子,在四川省南充市营山县,当地的天胜、景阳、新天地、一家春等酒楼,婚庆宴席轮番上阵,顾客盈门。

长假接近尾声时,各地婚庆餐饮回落,大众餐饮由旅游消费为主,转变为亲朋聚会等为主。10月6日,泸州市麻辣空间、王氏大酒店、大荣和、贵丰园精品店和江河鱼楼五家餐饮企业实现营业收入26.63万元,比去年同期增长8.07%。随着返回本地市民增多,雅安市以家庭团圆、亲友聚会为主的大众餐饮、农家店等持续兴旺,据对全市13家重点餐饮企业(个体户)监测,前六日经营收入达322万元,同比增长4.1%。南充市重点餐饮企业实现销售1239.7万元,同比增长13.1%。

据商务厅对四川省99家餐饮企业监测,节日期间实现营业额6549.4万元,同比增长6.03%。10月1日-10月7日,成都市8家重点餐饮企业,同比增长约11.5%;攀枝花市重点餐饮企业,同比增长11%以上;南充市重点餐饮企业同比增长22%;乐山市中区苏稽跷脚牛肉协会的31家会员单位接待游客近4万人次,营业额同比增长50%以上。

节会拉动综合消费 美食节吃出销售额

围绕黄金周,四川从9月中下旬至节日期间,省内各地陆续开展“2014川滇黔渝藏旅游产品交易会”、“首届四川国际旅游交易博览会”、“第十一届中国国际美食旅游节”、”第二届成都日用消费品博览会”、“成都购物节”、泸州西南商品博览会等系列展会活动,以重点节会活动促进商旅文会综合消费。

“第十一届中国成都国际美食旅游节”吸引法国、西班牙、泰国、韩国、印度等国内外餐饮企业参展商600余家,“互动体验区”专题吸引的客流与收入均有增长;“第二届成都日用消费品博览会”汇聚国内外专业采购商、代理商3.5万人,客流量60万人次,零售额达3亿元,成交金额45亿元;“第44届成都市房地产交易会”囊括省内外200多个楼盘,19个保障房项目,楼市供需更加趋于多样性;“成都购物节”坚持创新,组织商家推动以电子商务、移动消费、刷卡折扣优惠为主的信息消费和金融消费,10月1-6日跨行刷卡交易超过444.3万笔,交易金额超过84亿元,同比增长分别为42.3%、26.4%。

其中,四川的“吃货”们在成都美食节上起到了巨大作用,天津狗不理包子、厦门鱼丸、台湾蚵仔煎、成都龙抄手、西湖醋鱼、西班牙拉丁果、韩国炒年糕、印度飞饼、泰国榴莲等中国传统美食和异国风味让游客禁不住要掏出腰包一饱口福。在美食节期间,主会场和互动体验区累计客流量480.7万人次,商家累计收入1.86亿元,其中主会场入园累计客流量51.5万人次,商家销售收入2486万元。美食节10天实现销售额1.86亿元,同比增长2%,10月1日至6日实现销售额近1亿元。

美食节以“交流美食文化、促进产业发展、扩大国际影响、建设美食之都”为目标,通过规模、品质、国际化水平、产业互动度等拉动了综合消费。

美食节主会场的核心区域集文娱演出、国际国内美食、啤酒文化、本土特色美食为主旋律,让美食与文娱、体育表演相结合,着重体现内容多元化、活动精彩等特色,并将四川省主要景区的图片、文字介绍以小品的形式分布在该区域,助推旅游业的发展。

今年是中法建交50周年,为此,美食节上设立了“法国电影怀旧之旅”放映专区,让食客们感受了法国文化的魅力。而为了加强商旅文会互动,一系列丰富多彩的美食展演活动也在美食节期间陆续展开:2014年民间美食评选赛活动、“食尚四川”“华夏美食”“味美世界”“美食产业联展”等特色美食文化展,以及专业文艺表演、趣味体育活动、美食嘉年华等。

服务消费日益增长 婚庆消费是一亮点

10月1日,四川绵阳道路上一千米的范围内就能遇见两对正在举行婚礼的新人,80、90后扎堆结婚,从一席难求的婚宴市场,到业务繁忙的婚庆公司,结婚潮推动了黄金周婚庆市场的发展。

据成都市商务局10月8日公布的统计数据显示,全市服装饰品、化妆用品、通讯数码、婚庆服务、家居装饰等依旧是节日消费热点。

商务部数据显示,婚庆消费已经成为今年“十一”黄金周的一大亮点。今年国庆期间,成都婚庆市场需求旺盛,婚庆公司业务量同比增长20%以上,婚庆价格上涨至少15%。

据天府早报报道,成都一婚庆公司在短短7天的时间里,为32对新人举办了婚礼,价格高则10万,低则1万左右。另一婚庆公司总经理表示,每年“五一”和“十一”期间结婚人数比较多,尤其是国庆大假期间,新人更是扎堆结婚。公司在国庆期间承接了6场婚礼,接过坝坝宴,也在星级酒店做过婚礼,婚礼消费方面费用1-10万不等。婚礼花费是根据新人实际情况来定的,不过近几年婚礼费用由于人力成本增加、婚礼布置费用增大而消费也在不断攀升,且扎堆的婚礼更是导致了花材等物料价格的提升,往年3万块出来的效果现在得4万多才能达到效果,特别是节假日结婚,费用比平日提高至少15%。

不少地区的黄金周,成了名副其实的“消费周”。黄金周期间,成都等地一些婚庆公司,业务量都同比增长20%以上,不仅婚庆公司捞金忙,各地婚宴市场红火,各大酒店也没空手的时候。成都多家酒店的婚宴,早在半年甚至一年前就被预订一空。

金银珠宝等婚庆用品也呈现旺销态势,据商务厅对四川全省重点零售企业监测显示,食品类、金银珠宝类销售同比分别增长15.3%、12.9%。在这种情况下,婚庆服务市场也显得非常红火。一些电商推出婚庆用品一站式服务,受到许多新人的青睐。

线上线下 商贸流通企业销售额可观

■ 本刊 李成成

国庆长假期间,除了旅游、参加婚礼等,商场打折消费也是众人所期待的,各个线上的网站都出现了打折等促销优惠活动,以吸引消费者,而线下的各大商场也不示弱,推出各种折扣来吸引消费者的眼球,并得到令人欣喜的销售额。有些商家在国庆7天长假的销售额甚至比平常一个月的销售额都多得多。

商场销售额扯人眼球

对于不少人来说,国庆假期已然成为全年最为重要的消费节点。这个时候,各个商家推出了各种打折的优惠促销活动,用低价和礼品来吸引消费者前来购物。比如,开展团购惠民、购物送礼、送消费券、换季商品特价、新品打折优惠、大件商品分期付款等,让利惠民,带动各类热点商品旺销。

据了解,成都王府井百货就推出了购物满300元送100元通用礼金券、品牌日满300元送150元/200元通用礼金券、凡关注王府井百货微信服务号粉丝即可获得关注大礼——QQ公仔一个或金王香薰蜡烛一份等活动。一些服饰商场还打出1—3折的打折力度,让消费者面对此折扣而不能自已。

另外,家具电器等零售卖场亦有不少促销活动。成都市的红星美凯龙、八益家具城、太平园家私广场、富森美家居等家居企业从10月1日开始,开展了为期7天的家居欢乐购活动,国美、苏宁等大型家电卖场也启动了线上、线下的大型优惠活动。

此外,各个品牌也推出各种送礼或打折活动,而一些银行也出现了刷卡送礼或抽奖的活动。这些折扣和优惠都可是说是消费者的福利,因为一年中难得会有这么低的折扣和同时出现这么多的优惠。基于此,四川各大商场的销售额也是相当可观的,据了解,成都市王府井百货、人人乐、家乐福、欧尚等12家重点零售企业在国庆1日至6日分别实现销售额1.37亿元、1.37亿元、1.36亿元、1.29亿元、1.09亿元以及1.27亿元,增长幅度在13%至15%之间。

不仅成都,四川省内其他地区的零售企业销售额和客流量也引人注目。比如,广元市的苏宁、国美、家福来等6家电器卖场在国庆长假期间每天的客流量达2000多人,而销售额也达到200万左右。而绵阳市的苏宁、家福来在国庆的第一天就实现了419余万元的销售额,较平常翻了一番。

城市综合体引来旺消费

国庆期间,仅仅7天时间,大型零售企业就收获了极为可观的销售额,有些品牌的销售甚至出现7天超过以往1个月的现象。这主要取决于商场的极大的优惠力度,另外,可以看到现在的大型卖场一般都位于城市综合体内,周围有着一个集吃、喝、游、乐、玩、购等活动于一体的完整的商圈,这对吸引顾客也是一个有力的方式。

逛街之后,可以顺便喝茶吃饭游玩,甚至很多地方都有儿童游乐中心,在带孩子玩与逛街购物两不误的诱惑下,很多人都会作此选择。而且,目前体验性消费业态、儿童游乐中心都已是购物中心的不可少的配置,节假日间,吸引众多客人也理所当然。

在国庆长假中,每一天成都的春熙路商圈、环球中心、万象城、万达广场等商业综合体内人来人往,而里面的购物商场也因此迎来了无数客人,收获诸多销售额也是显而易见的了。不仅成都,其他市县的商业中心和商场也是人气倍儿旺的,绵阳的万达广场等极具人气,消费旺盛。这在一定程度上,促进了各个大型卖场的客流量和销售额。

活动促进销售额大增

早在国庆假期开始之前,商贸流通商家就开始着手准备并推出各项优惠活动。近年来,很多人都选择在长假的时候外出旅游或者探亲访友、参加婚礼寿宴等等,这也就意味着一些人在国庆节之前就要准备采购商品。基于此,很多零售企业在节前就开始启动了优惠活动,甚至一些企业在9月中旬就已经开始了。成都王府井商场的一些优惠活动就是从9月下旬开始一直到国庆长假结束的。

另外,一些商场都是利用线上线下同时打折优惠来吸引眼球的,比如苏宁、国美均是如此。而在商品优惠、让利、打折、延长营业时间等传统促销方式基础上,商家通过微信营销的“关系”经济,举办时装发布会、明星见面会等“粉丝”经济,在赚足眼球的同时,挖掘消费潜力,这也是一种有力的吸引消费者、促进销售增长的方式之一。

以前商场的打折信息,都只能到店或者查看商场的宣传单才能知道。而现在很多商场都结合网络,在微信、微博或者官方网站上发布优惠信息和促销活动,消费者只要上网就能一目了然地知道各个商场的优惠信息,从而选择于自己更有利的商场。如此一来,就为消费者节约了许多时间,消费者不再盲目,而是有目的地逛街购物。

今年国庆期间,四川开展了丰富多彩的惠民购物全川型促销活动,加大了促销力度,也就增加了国庆长假期间的销售总额,各种展会、促销活动让销售额得到了可观的增长。假期7天里,四川省的消费品市场销售呈现平稳,重点商贸流通企业的销售实现了同比稳步增长。