

春节 7 天假，我市商业销售红火，几大卖场 7 天销售额高达 7000 多万元——

# “节日经济”带火洛城商业

□ 本刊记者 景庆霞

超过平日几倍的客流量、理货员匆匆补货的身影、收银台前长长的队伍、不得不延长的营业时间……据不完全统计，春节 7 天长假，包括王府井百货、丹尼斯百货、万千百货、新银泰百货、联华东方百货、中央百货及家乐福超市在内的几大卖场销售额达 7000 多万元，其中有的百货卖场的销售额同比增长 50% 以上，“节日效应”在这些卖场身上凸显无遗。

## 洛城商业迎来“开门红”

“从节前的一派红火到虎年销售的‘开门红’，消费者的春节消费激情有望延续到元宵节。”说起春节期间的销售情况，我市几大卖场的负责人不约而同地用了“相当不错”来形容。

“过去大年初一的销售在 7 天长假中相对较弱，但今年大年初一正逢西方的情人节，销售也因此出现了‘井喷’。”王府井百货相关负责人这样对记者说。据不完全统计，王府井百货大年初一的日销售

额 300 余万元，创历年大年初一销售纪录；7 天长假，王府井百货销售额近 2000 万元，同比增长 19%。

虎年春节，正逢洛阳丹尼斯百货 5 周年店庆月，各种促销活动频繁推出，其折扣之大更是令人咋舌，而随之带来的就是节日期间销售额迅猛上升，其中奢侈品同比增长 45%，女装同比增长 35%，运动类商品同比增长 40%。

去年才刚刚登陆洛阳的万千百货在春节以情侣自制蛋糕比赛、

儿童绘画比赛等人性化活动来进行情感文化营销，在提升万千百货良好形象和知名度的同时，也使其销售业绩上了一个新台阶。

而今年年初才登陆洛阳的新银泰百货的春节营销活动也非常丰富，“50% 返现金”等颇受欢迎，春节期间的折扣幅度较年前提高了 10%，其品牌含金量在洛阳消费者的心目中也越来越高。

对联华东方百货而言，今年春节的 7 天长假也收获颇丰，7 天销

额同比增长了 50%，其中黄金珠宝的销售最好，化妆品其次，女装销售增长最快，销售额在服装类中也是最高的。

超市类商业的春节营销额也实现了翻番甚至翻多番的纪录。据了解，平时家乐福的散糖类商品日销售量只有 100 多公斤，但从节前到春节期间，每天能保持 1000 多公斤至 1500 多公斤的销量，增长了 150 多倍；而饮料、酒水的销售增长也比较明显，是平时的两三倍。

## 元宵节恰逢周末“节日效应”或再现

当卖场老总在为春节红火的消费市场暗暗开心的时候，元宵节即将到来。今年的元宵节正好是周日，它所带来的“节日效应”有可能再现。

据联华东方百货相关负责人介绍，现在其卖场销售开始倾斜，春装开始占据柜台显眼位置。记者在采访中发现，大部分百货卖场的春装已经开始唱主角，有的卖场春装的比例达到了 60%。在春装完全占领柜台之前，许多大卖场会赶在元宵节前把冬装出清。“现在买冬装折扣大，最划算。”某专柜销售人员告诉记者。

据了解，现在已经有百货卖场打出了每楼层每天推出 5 个惊爆柜的促销方法，另外，像双重礼品、分级赠礼、赠元宵、猜灯谜、会员独享等活动将一齐绽放，这个周末，“节日效应”将有望再现各大百货卖场。

“春节‘节日效应’已经凸显，元宵节有可能会再爆发，这都说明了全球经济在回暖，这对所有商家来说是个好事。但经济形势再好，蛋糕毕竟只有这么大，如何在这种竞争激烈的氛围中突围出去，寻找更多的利益增长点是我们所要思索的。现在有的商家已经开始把目光投向了邻市、邻县，从而把蛋糕做大。但不管怎么做，服务这一点始终不能放。”在采访的最后，有业内人士这样语重心长地说。

## “节日效应”成就斐然业绩

“从‘五一’、清明节等 3 天小长假，到‘十一’、春节 7 天长假甚至还包括平常的双休日，现在，‘节日效应’在我们这些商企身上凸显得越来越明显。平常大部分上班的上班、上学的上学，一到节假日，会放松下来，消费欲望也被唤醒。中国人又特别重视春节，有句俗语叫做‘有钱没钱，都要回家过年’，回乡流是拉动春节消费的一个重要因素。大部分中国人都有春节情结，不管是吃的，穿的，还是用的，在过年时，就是平常对自己再苛刻的人也会大方起来，春节的消费爆发在所难免。”在采访中，几大卖场的负责人对春节销售红火的评价惊人的一致，又一针见血。

而今年春节相对来说良好的天气状况、情人节的加盟、几大百货之间的激烈竞争、全球经济的回暖等因素又使这种“节日效应”表现得更加突出。

在某公司做销售的李女士由于去年工作突出，年终奖非常丰厚。春节前，她在某百货卖场买了一件皮草和一双靴子，原本加起来要 4000 多元，但由于赶上卖场做活动，李女士花了不到 3000 元钱两件宝贝就全到手了。春节期

间，眼见气温越来越高，一向追求时尚的她又买了一件风衣，虽然打折后也近 1000 元，但李女士认为辛苦了一年，春节花几个钱犒劳一下自己也很应该。据万千百货卖场楼层负责人介绍，春节期间，类似李女士这样的消费者有很多。

今年春节已经立春，虽然春节长假的前几天气温有所下降，但与往年相比，整个春节温度要高得多。“老天很给面子”，丹尼斯百货和新银泰百货的相关负责人都认为今年春节相对较好的天气是销售业绩大幅提升的一大“功臣”。“气温相对来说不是很低，就有很多人不愿窝在家里看电视，更多的人愿意走出来，逛商场、逛超市。而此时正是冬装出清春装上市之时，有的人图便宜，有的人追求时尚，大家都要消费一把，所以今年春节期间，你看到各大卖场里面人潮涌动也就不足为奇了。”

“是陪老妈过年还是陪女朋友过情人节”，当许多报纸在讨论着这个话题的时候，很多卖场已经在为情人节、春节的营销计划绞尽脑汁了。当情人节遇上春节，如何做既能让女朋友满意，又能让妈妈欢喜？许多百

货卖场推出了“送女朋友黄金珠宝、送妈妈化妆品或送女朋友香水、送妈妈服装”的双重营销模式，在解决了消费者燃眉之急的时候，也使自己的销售业绩锦上添花。据了解，今年春节黄金珠宝、化妆品、香水、女装等品类的销售额在几大卖场的销售额中所占的比例有很大提升。

现在，我市的百货业已经进入到了春秋争霸阶段，王府井百货、丹尼斯百货、万千百货、新银泰百货、联华东方百货及中央百货等百货卖场齐聚洛城，竞争激烈，共同瓜分同一个蛋糕。“现在洛阳百货业竞争激烈，动作稍晚一步或力度稍小一分就有可能成为败家。”联华东方百货相关负责人如是说。这些百货卖场在为洛阳消费者带来更多知名品牌的同同时，也给大家

带来了颇具吸引力的营销方式，最低一折、买就送、10 倍积分、情侣自制蛋糕比赛、50% 返现金、预存订金翻倍等字眼刺激着消费者的眼球，也深深勾起了他们的消费欲望。

看着骄人的业绩，几大卖场的负责人对全球经济回暖这一观点深信不疑。2008 年影响全球的金融危机曾使我市商业发展一度低迷，但从去年下半年开始，经济逐渐回暖，消费者手中有了更多的钱，也有了更多的消费信心，这无形中带动了我们的春节消费市场。

## 导读

### 春节家电市场 3C 类产品成亮点

▶ 2 版

### 洛阳晚报家居俱乐部将发展家电类活动基地

成为活动基地的条件是：品牌响、知名度高、规模大

▶ 6 版

