

订酒店,查天气?打12580
找工作?打12582
问路?打12585

清理库存成噱头,活动形式也未见啥突破

“七夕”促销,难觅传统“文化味”



“七夕”促销,活动未见啥创新。庄子帆 摄

中国的情人节“七夕”临近,商家们也开始在“七夕”节上做起了文章。打折、买赠、抽奖等传统的方式占据了消费者的眼球,而“七夕”俨然已经成为商家大搞促销的一个噱头。专家建议,商家依托节日进行商业促销无可厚非,但商业味太浓,容易冲淡传统节日的内涵。

本报记者 庄子帆 见习记者 高雯

说是搞促销,实则是清库存

6日上午,记者来到位于太白楼中路上的一家商场,大厅内,一品牌服装正在做大型促销。记者看到,大部分促销服装都是夏季款,而且折扣大都在5折左右,有的甚至低至3折。“七夕”是一个很好的促销节点,今年的春夏款大约有1000件库存,所以用最大的折扣来吸引消费者。”该品牌服装销售人员周先生说。

记者来到该商场的三楼看到,一些往年秋季、冬季的鞋子也被摆到了促销区域。在二楼女装区,一些品牌2011年的款式也趁此机会低价出售。七夕的促销活动,清理库存的服装也俨然成了重头戏,“二楼一共有40个品牌的女装,春夏季库存有3-4万件,占到本次服装促销的70%,新上的秋款只占到30%。”该商场二楼女装部主管说。

在济宁市百货大楼,刚一进入商场,羽绒服的味道迎面扑来。记者看到,商场的大厅里堆放着大量反季促销的羽绒服、



促销商品多是库存货。庄子帆 摄

冬季大衣等,价位约为原来的3-5成不等。“我们现在是清库存,去年和年前有成千件的羽绒服,正好也赶上七夕节,可能买的人会多一点吧。”售货员说。

“马上就要立秋了,现在正好是夏季清仓,处理库存的好

时机,很多品牌都将往年的款式拿出来做促销。”银座商场策划科刘科长说。记者走访了济宁城区多家大型商场了解到,借着“七夕”促销,大部分商家都在搞库存服装的清理、促销活动。

促销公式化,活动缺乏创意

上午10点,记者在济宁城区运河城看到,门口、服务台、电梯旁等处都张贴着“七夕”主题活动海报,而海报上的五个活动只有两个跟“七夕”主题相关,一个是购物享受折扣,还有一个是扫描官方二维码领取礼品。另外三个都是与“七夕”无关的商城比赛和选秀活动。

记者走访了解到,有两家商场将“夏装出仓”的活动字样写在了宣传栏上醒目的位置,还有一家商场,每逢节日促销

都会打出满减、抽奖的活动。记者对比了其中一家商场两年的七夕促销,去年活动的主线就是满减或者满赠,今年除了满减又加上了打折,虽然增加了不少有关“七夕”的活动,但都是依托“七夕”来进行产品的促销。

“每到一节日,商家就热衷造势做各种促销,在逛商场时感觉到每家的活动都差不多,都是打折、买赠、抽奖等活动。”市民胡女士说,无非是商

家应景套上了不同的节日,作为消费者,虽然最关注的就是各种促销手段,但是每次都一样的话,消费者就会产生一种疲劳感。

同时记者注意到,一些与“七夕”不沾边的促销也被列入了“七夕”促销档期。“由于还在暑期,学生、老师作为我们的目标消费群体,利用‘七夕’节的关注度,所以也策划了运动装、箱包等产品的促销。”一商场的相关负责人说。

鲁西监狱成立法律援助站

本报济宁8月6日讯(记者 范少伟 通讯员 王浩升) 近日,济宁市司法局法律援助中心在鲁西监狱挂牌成立工作站,并开展法律援助活动。活动现场,鲁西监狱与济宁市法律援助中心,以《国务院法律援助条例》等法律法规为指导,签订了社会帮教合作协议,明确了工作目标和合作内容,建立了领导机构和常设办事机构,健全了工作机制。

“魏律师,你好!我是服刑人员吕某某,2010年3月,我翻墙进入邻居家偷手机时被发现,就顺手拿起放在桌上的菜刀吓唬他,后来被法院判处抢劫罪入狱服刑。我觉得自己属于盗窃,判处抢劫太重了,你能否帮我解答一下?”“从你的犯罪动机和犯罪行为看,完全符合入室抢劫罪的构成要件,法院判决合理合法……”济宁市某律师事务所律师魏鲁宁帮吕某某分析了他的犯罪形为对社会和他人的危害,帮他消除了心中的疑虑。成立当天,30多名服刑人员进行了法律咨询,问题主要涉及减刑假释、婚姻家庭、债权债务、房产分割等几个方面。

“服刑人员是一个特殊的群体,他们既是法律惩治的对象,也同样受到法律的保护。”鲁西监狱监狱长陈美涛说,在监狱成立法律援助工作站,开展法律援助工作,是体现党和国家关怀、彰显法律公平正义、保障服刑人员合法权益、促进社会和谐稳定的重要举措,有利于提升在押服刑人员的教育改造质量。

用哪个标志 请你来投票

本报济宁8月6日讯(记者 孔令茹 实习生 牛敏 通讯员 段敏娜) 自今年5月面向社会发布了征集志愿者标志的启事后,市中区志愿者协会、共青团济宁市市中区委共收到设计作品53件,设计者既有专业平面设计人员,也有在校学生、离退休干部和个体工商户。

近日,共青团济宁市市中区委邀请相关专家开展标志作品评审工作,评选出形象突出、内涵丰富、元素含蓄、富有创意,易于识别、便于推广的优秀作品。经初步筛选,将其中16幅作品进行展示,市民可登陆运河之都·济宁中网、济宁市市中区共青团网进行网上投票。

此次投票旨在从16幅作品中选出6幅进入下一轮评审。投票自2013年8月6日开始,2013年8月12日结束。此次评审将最终评出最佳设计奖1名,优秀设计奖5名,奖金分别为2000元、500元。

专家观点

“七夕”促销 应有传统味

每到节日,促销活动的制定也成了商家们头疼的问题。贵和购物中心负责活动宣传的刘先生告诉记者,促销活动的相似性,已经让消费者有些疲惫,能吸引消费者的东西越来越少。“虽然活动都大同小异,但还得顺势去做,一是能刺激消费、提升销售,二是其他商家都做,如果不做的话,就会流失一部分顾客。今年‘七夕’活动有的商家提前了,那我们也得提前。”刘先生说,不仅要提前,而且还要把活动做大,做得和其他商场不一样。

“去年举办了一个情侣绑腿跑的活动,奖品都准备好了,但最后一个报名的也没有。”银座购物广场策划科科长刘迎春说,今年也想办一场“七夕”晚会,但一考虑到消费者的接受程度、可操作性以及费用等问题就没有实施。“七夕活动也很想创新,但是有时消费者并不买账,而且可操作性也不如打折、买赠直接。”

刘迎春告诉记者,今年为了营造七夕的浪漫氛围,商场特意组织各品牌员工购买折纸折千纸鹤悬挂在各专柜内或各扶梯口处,还专门制作了“七夕”喷绘、地贴、门贴、款台贴等。

“节日成了商家搞经济活动的一个噱头,可以借此机会提升销售量,这也无可厚非,作为消费者来说,节日也成了消费的理由。”济宁学院经济管理系副教授汤焕磊说,受到西方节日的冲击,大家对中国的传统节日慢慢淡忘,而商家反其道而行之,通过一些商业活动,引起消费者对传统节日的注意,在某种程度上起到了对传统节日的宣传作用,但节日最终要回归传统,不能被商业的东西腐蚀,更不能靠商业来传承下去,应该回归到以文化为核心的传统中来,商家在利用传统节日做文章时,可以多加入节日本身的元素。