

反季风暴席卷济宁商场,夏日里羽绒服、羊绒大衣挺抢手

如何拨动反季消费“生物钟”

本报记者 伊宁

室外焦阳炙烤,行色匆匆,商场内冷气正酣,人头攒动。7月的济宁,各大商场再次开启“水火两重天”的反季促销模式,反季促销、反季囤货,你来我往,如火如荼。穿越上半年密集的消费旺季,反季消费这台促销“生物钟”,成为济宁各大商场传统淡季销售的突围利器。今年的“反促”市场,拼的不仅仅是价格,还有品牌、款型与时尚。反季抄底,面对这个“底”,血拼族不亦乐乎,淘宝族冷静消费,各取所需的心理占位,令这个夏天的消费版图,变得井然有序。

“反促”升级品牌、款型一个都不能少

盛夏,气温日益攀升,各大商场营造出的“反季特卖”氛围也越来越热烈,加上品牌的大力支持与配合,一场反季促销大战悄然启幕。近日,记者在太白路、金宇路附近商圈走访时发现,商场里夏季服饰区虽然逛的人不少,但普遍停留时间不长。相比之下,人潮涌动之处,恰恰是秋冬装反季促销区。

“与往年相比,今年的反季促销要偏早一些,有的品牌甚至在6月份就开始推出秋冬装促销。”某商场负责人坦言,反季销售近年来几乎年年都有,但像今年这样来势汹汹,还是不多见。“反季服装促销是整个商场销售中重要的一个节点,底价销售非常吸引人流,入夏前,我们就开始筹备活动,目前来看,初见成效,很多品牌的爆款都已经断货了。”

近年来,意识到年轻消费者的消费需求,多家常年推羽绒服反季销售的商场开始注重引进时尚品牌。“像金羽杰,上的某些款都是今年新引进的时尚新款。”某商场负责人介绍,时尚品牌冬天一般不打折,而在反季销售中会退出优惠活动,款式时尚,面料轻薄,颇受年轻人青睐。除了打时尚牌吸引年轻人外,各大商场的热销商品仍然是一些知名羽绒服品牌。“我们商场这几年每年都会做反季销售,品牌、



夏日里,羽绒服成了各商家主打的反季商品(资料片)。

款型都非常全,现在的消费者比较理性,价格也不再是吸引他们的唯一指标。”据介绍,像雅鹿、波司登等主流品牌,质量硬,款式多,优惠幅度大,在整个反促市场中,仍然占据主导地位。

老瓶装新酒反季销售≠清库存

冬季服装,夏季放量销售,在业内是个促销的老套路。据了解,“反季销售”在每年的冬夏两季都有,夏季尤其甚。冬季服装价位高,利润丰厚也是商家纷纷在盛夏打出反季促销的主要原因。反季促销可以最大限度地吸引各个消费群体,也能让厂家更好地回笼资金。老瓶装新酒,仅仅为清理库存吗?

“提起反季促销,大多数人可能认为仅仅是处理库存,这是一种市场偏见。清理库存仅仅是活动的目的之一,我们的关注点还在于,反季薄利多销回笼资金的同时,可以为商场增加人气,同时还能抢占市场份额,是一举多得的事。”某商场负责人向记者透露:“其实反季销售对于商家和顾客是一种双赢的活动,对于商家来说,可以完成资金回笼,对

于消费者,可以获得更多的实惠。”

“我们在夏季提前推出了2016冬季新款。”某时尚品牌柜台的导购介绍,因为款式新颖,吸引了不少本来没有购物计划的年轻人。“现在反季节销售,也是为接下来的冬季销售探路,看消费者的市场反应。”某品牌商介绍,市场反响特别好的款,将集中力推,成为冬季主打款来销售,反季销售,已悄然成为市场反应的试金石。

抄底囤货消费者各取所需

“我不是一个刻意追逐时尚的人,衣服适合自己最重要,反季出手,时机很好啊,有很多经典款不易过时,花更低的价钱享受品牌衣服的品质,这是我的消费习惯。”花最少的钱买同样质量和品牌的衣服,让受访者小静有一种如获至宝的感觉。“只要品牌、款式、质量可以的话,价格这么低,我还是会选择反季购买。”不少受访者告诉记者,平时逛街看到打折的商品都会停下来看看,如果是适合自己的话就会买下来等到合适的季节再穿。

对于反季服装促销活动,很多消费者都表示欣然接受,在很多消费者眼中,在打折区反复挑选,淘到自己喜欢的衣服是一种乐趣。“逛,胜于购,我和朋友闲来无事,就喜欢逛逛反季的特价区,几个人同行,对款式、质量评头论足,相互参照,一趟走下来,总会有意外的惊喜。”受访者小李表示。有相当一部分消费者乐于在商家反季促销价格优惠的时候购买服装,反季促销已成为很多消费者集中逛街淘宝的最佳时机。

但也有受访者表示,对反季销售的服装并不感冒,“贪便宜一时冲动,买一堆衣服回去,能穿也就罢了,如果穿不着,纯属浪费。”小张在疯狂的反季促销面前,就显得非常理性,她的购物习惯是,在花样促销面前,先衡量自己的购物需求,避免冲动性消费。

竞争同质化低价成双刃剑

在济宁各大商场,反季促销已成为业内零售的必备手段,喧闹的背后,也存在重重的市场隐患。“目前来看,各大商场在促销模式上基本雷同,

对于参与品牌来讲,各大商场的活动重合度很高,同质化竞争严重,这就让反季促销市场变得单一化,容易引起消费者的审美疲劳。”对于反季集中的价格促销,某商场负责人提出了他的担忧。据介绍,经常尝到打折甜头的消费者,在后续购买中基本不太愿意花正价购买商品,有些消费者表示,“如果没有折扣优惠,就不会选择购买。”

“价格在促销活动中是把双刃剑,一方面会集中释放购买力,一方面会抑制品牌后续的正常推广,还会对某些高端品牌的信誉度产生影响,因此,我们通常把反季销售集中在传统淡季,作为商场冲销量的短期处理。同时,我们也在传统淡季同步推出了很多不同维度的促销活动,丰富促销产品线,寻求异质化促销模式。”某商场负责人介绍说。

据多家商场负责人透露,每家商场处理存货和上新品的时间不同,反季促销的持续时间也会略有不同,一般来说7月初到8月末这段时间,是各大商场集中反季促销的时间,也是货品款式最多、码数最全的时段,也是消费者反季淘货的绝佳时段。

上接D01版

来店就送“髻肉干饭” 创新促销手段层出不穷

搬迁后的新店开业该如何留住人气?如何让更多的人参与进来?也成为重新布局后的数码店考虑最多的问题,数码店也使出了各种各样的营销手段。例如,即将7月16日开业的非常本本就打出了自己的海报:1000份髻肉干饭免费吃!10000张钢化膜免费送!1000个自拍杆免费送!……

一系列增加人气手段集中放出来,对于1000份髻肉干饭免费吃,这一不同寻常的促销方式,非常本本市场推广部主任李超给出了答案,“一方面髻肉干饭是我们济宁名吃,而我们数码店就挨着旁边著名的髻肉干饭店;另一方面是提供更加人性化的非常服务,让顾客不能空着肚子走。”李超边说边自己也笑了起来。尽管每人只有20元的吃饭标准,但是非常本本的这一促销方式却让不少市民印象深刻。“早知

道我就16日来买手机了,还能混一顿饭吃。”当天来非常本本购物的一名大学生笑着说。

亿维在重新布局后的促销手段也是力度空前,乔迁新址后,也颇有诚意地为济宁市民备上了诸多大礼,7月1日-10日送百万好礼。据亿维大厦旗舰店负责人介绍,活动期间在电脑方面,全场台式机送398元终生上门服务,联想台式机送300元料理机,笔记本电脑送300元新秀丽包。手机方面,苹果、华为、三星、OPPO、vivo、Moto、金立、中兴、酷派、联想、小米、魅族、荣耀、海信、TCL厂家旗舰店入驻,都开出了各家的让利活动。

建设路仙营数码区域,这一承载着大多数码人奋斗的缩影。如今随着棚户区改造,有的选择继续坚守,有的选择撤离,但是作为济宁数码产品发展的见证者,其在济宁数码产品发展史上的地位将不可磨灭,济宁“中关村”的各家数码企业也将越走越远。



非常本本的员工正在整理门头。 本报记者 张晓科 摄