

元宵节碰上情人节,引发马年首波促销战

汤圆“撞”玫瑰,个性定制抢钱



2月14日,既是东方的元宵节,又是西方的情人节。19年一遇的难得佳期不但在网络上引起了“这回,老妈和女友真同时掉水里了”的感慨,也同时引发了星城商家马年的第一波促销大战。一反往年按兵不动的常态,今年家电企业也加入到“混战”中来。

为了把消费者买汤圆或买玫瑰的钱揽进自己的口袋,商家们使出浑身解数。玩创意成为这场商战的关键词,本土电商另辟蹊径的创意营销更惹得各界热议。

■三湘华声全媒体记者 朱蓉 杨迪

【玩个性】
“定制”商品格外诱人

作为传统的促销节点之一,星城内不少商场在今年仍将促销重点放在了情人节上。而随着冯小刚的《私人订制》制造了新一波的舆论话题,讲究个性、定制成为一大看点。

平和堂定价199元的“限量版费列罗巧克力花束”,运达美美十款售价为600元至3000元不等的创意造型鲜花礼盒,步步高网上商城推出9999元999朵红玫瑰外加白马指定配送……无一不是针对“浪漫”与“爱情”的主题。

物以稀为贵,这些商品被打上“限量”和“定制”的标签。虽然价高,销量却不赖,离情人节还有几天,步步高商城上售价520元的“天长地久”玫瑰花已经售罄。

此外,也有部分商家将目光投向了传统的元宵节。通程、国美就开展了新年购物猜灯谜活动,消费者猜中就有红包、巧克力、玫瑰花或者电影票。岁宝百货开福店将每天悬挂200张灯谜,市民消费满68元即可凭小票参与,猜中可领汤圆。

传统大家电企业中,格力推出了外形酷似汤圆的TOSOT苹果饭煲二代,海信则抓住这一节点,推

广品牌VIDAA,刮刮乐、金币、i-pad、数码相机以及万元大奖都十分诱人。

【抢人气】
“双节”促销力度加大

以往小打小闹或是按兵不动的家电企业,这次也积极参与,在传统的百货节点凭创意拼抢人气。

“往年这两个节日都是在春节黄金周之后,已经过了销售高峰期,市场反应不太积极,所以我们也并没有过多准备。不过今年比较特殊,中国传统的元宵节与西洋情人节相遇,有卖点,肯定得发力。”通程电器副总经理田刚说。

湖南苏宁相关负责人表示,以往一般都是提前一个星期准备节点活动,不外乎围绕商品资源供给、让利力度、惠民便民这几大块,但这次时间上准备充分,1月底就组织策划,在互联网的浪潮下,创意营销是大趋势。

国美电器在促销资源上也比往年多出近20%,步步高电器城在资源投入外,重点在商品细分子上下功夫。“往年情人节的热点品类3C数码肯定是重头戏,而元宵节关注重点在健康类电器,比如空气净化器、净水器等会有更多让利。”步步高家电事业部总监余腾达说。

… 行业观察

实体商家向互联网“取经”

互联网、移动互联网的火爆,让习惯了传统营销模式的实体商家尝试着转型。传统家电企业、零售企业积极探索互联网思维的营销模式。十九年一遇的元宵节与情人节也成为首个试验田。

“上头条,的确是苏宁在双节送给消费者的最大亮点和心意,也是苏宁创意营销的一次尝试。”湖南苏宁相关负责人说,今年是苏宁首次跳出框框,开展互动性更强的创意营销活动。

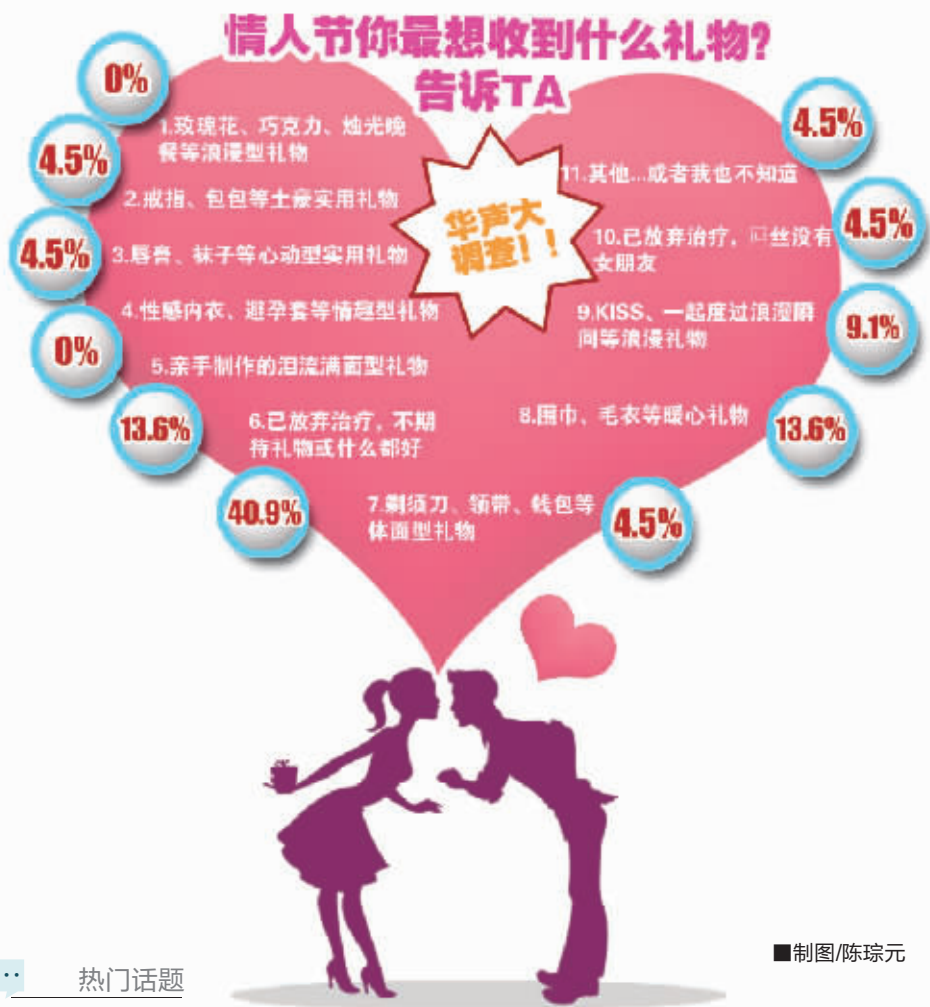
通程电器副总经理田刚认为,

传统家电营销,需要更多的着眼于传统的细分和消费者的情感诉求点。“比如手机数码有两个旺销时间点,一个就是情人节、一个是5·17电信日,所以我们需要抓住这个节点,规划配套的营销活动。”

“去年以来,整个家电市场形势变化,传统企业借助互联网、移动互联网进行突围,在这样的形势下,也要求家电零售企业花更多的时间‘造节’,进行创意、互动、体验营销。”步步高集团家电事业部总监余腾达说。



“双节”来临,长沙商场纷纷开展主题营销。



… 热门话题

本土电商“剑走偏锋”——情人节收到避孕套,惊喜?惊吓?

2013年,“微购友阿”、“玩购友阿”、步步高商城引发行业广泛关注。马年刚开始,热衷创意的年轻电商团队又玩起了新花样。2月11日,长沙市民李先生致电本报,称自己在步步高商城购买的包裹内还收到商家附赠的特别情人节礼物——一只安全套。

经步步高电商相关负责人核实得知,这份礼物确为商家为消费者准备的情人节礼物。2月7日始,步步高商城便开始对鲜花以外的所有订单随机配送

安全套,该活动将一直持续到2月14日当天。

对这种具有争议性的促销手段,消费者是否买账?截至2月11日16时,在由本报经济新闻中心新浪网官方微博“三湘财富俱乐部”发起的投票中,38.9%的网友认为该做法是一种公益,值得鼓励;27.8%的网友认为该做法“还不错,很贴心”。另外,16.1%的网友则认为这种做法容易让人尴尬,“宁愿不要”。

网友“知晓幸福”在个人微博上晒出了这份“神秘礼物”,

感叹商家有才的同时,她也有自己的疑问,“如果收货的是单身,将情何以堪?”而为了避免消费者收货时的尴尬,步步高在赠品包装外贴上了“非卖品”以及“2·14甜蜜礼物”字样。

记者注意到,随着本土电商的新一轮崛起,步步高商城、我爱平和堂、爱尚通程等一批网上商城在这一节点都纷纷推出了情人节专题促销商品,玫瑰、巧克力、红酒,甚至是预订酒店服务一一在列。

■三湘华声全媒体记者 朱蓉

“今年春节,我很幸福”——湖南福彩“把爱带回家”活动完美谢幕



每逢过年总会看到这样的新闻:在外打拼的游子因为买不到车票,有骑摩托车或自行车回家的,更有选择步行回家的。他们只有一个心愿:回家过年!可也总有那么一些人,为了省下回家的路费或者希望在过年期间多赚点钱,放弃了和家人团圆的机会。

年前,由湖南福彩携手湖南电台新闻频道、湖南电台news938潇湘之声发起了“福泽潇湘2014把爱带回家”活动,从2013年11月发起招募,之后通过一系列的审核,有89名外来务工者免费搭上了回家

的“爱心班车”。在他们当中,既有在外求学的山区孩子,也有在城市打拼的外来务工人员,一张免费的车票不仅拉近了他们回家的距离,更让他们在这个冬天感受到了爱的温暖。

最近,活动的报名热线又热闹了起来,电话中我们收获了一连串感谢,分别由湘西、常德、怀化等地的受助者打来。他们都是这次参与“把爱带回家”活动的人,这个春节他们回到了熟悉的家乡,见到了久违的亲人,享受了家庭的温馨,让他们觉得这个春节过得相当的幸福。现在他们部分人已经回到了工作岗位,他们最想的就是跟我们分享他们的幸福,表达他们的感谢。常德姑娘邹红在电话中说:“我非常感谢‘把爱

带回家’这个活动,能够让我回到家里见到自己的妈妈和亲人,如果可以的话,我希望自己做出一点什么事情来感谢你们;我一直在想这个问题,希望能做点事,去回报那些帮助我们的人。”

她的话很朴实,却道出了这个活动的意义。湖南福彩希望通过自己的努力,帮助需要帮助的人,让他们感受到来自福彩人的关爱,然后把这份“爱”再传递出去,让“爱”带给这个社会大家庭更多的温暖。

■小静

