

“女人节”将至 星城商场奇招频出

节日营销成商场吸客风尚 打“心理战”或赢得更多女性顾客



3月3日,长沙时装周一品牌走秀,吸引了不少年轻女性前来看秀。 记者 朱蓉 摄

3月5日,首个长沙时装周落下帷幕,6天6个品牌连办了12场大秀,进场观看时装周秀的5000名观众中,女性占据绝对主力。

“女人节”马上就到了,长沙各大商场在推出以女性为主题的促销活动的同时,还祭出了时装周、美妆达人、街拍等与“美”相关的落地活动,为推动“女人节”销售添砖加瓦。

■记者 朱蓉 实习生 黄亚苹

活动

时装周领衔,星城商场频出“奇招”

女装成衣、内衣泳装、假发……在首个长沙时装周上,一连12场大秀的设定几乎都与“女性”主题密切相关。

3月3日,在安莉芳内衣、泳装秀现场,商家以蕾丝、水晶花等元素对T台进行了装扮,模特在走秀过程中还别出心裁地融入了度假、狂欢等场景,吸引了近千位市民先后进场观秀。

“我是学设计专业的,想趁着这个时装周学习一下。”与朋友一起前来的周小姐告诉记者。而还有些观众看秀时就相中了秀款。胡女士向记者展示手机中秀款的照片,“模特走得挺快,幸好我拍下来了。”

王府井百货副总经理董瑛认为,走秀是传递时尚最快,也是最容易被大众接受的方式之一,搭建一个由品牌直接参与互动的平

台通路,最后促进观众形成转化和复购。

除了声势浩大的时装周外,一些商场则选择了“蹭热度”。

3月4日晚,长沙海信广场举行了“美妆大比拼,给我一个吻”活动,3名经过前期筛选的女性在商场指定的化妆品牌柜台进行实时化妆,并邀请现场顾客打分,评比出优胜。

同时,悦方ID Mall推出了“街拍女神”活动,消费者将在悦方南广场的街拍上传至线上投票系统,在3月12日前获得投票排名前15名的顾客将获得商场准备的礼物。

不难看出,与过去简单的低价策略相比,如今星城卖场的“时尚敏感度”上了新台阶。部分女性主题较为鲜明的卖场已开始调转风向,从单纯的“热闹就行”转变成“精准营销”。

比价

实体卖场或比海淘更便宜

3月4日起,记者在多次前往各大商场的市调采访中还注意到,为搭上“女人节”的快车,多家商场纷纷在过去“拒不参加活动”的化妆品品类上推出“消费满850元得1000元商品”、“国际化妆品品牌5倍积分,多档独家买赠”等活动,一些单品的活动价格甚至低于海外代购,让不少消费者心甘情愿地掏出钱包。

另外,服装品牌旗舰店仍在线上以原价销售的2017年春夏新款,在实体卖场中开始参与到卖场不同的买赠活动中来。

记者在春天百货2楼、3楼等多个女装专柜品牌看到,已推出满380元减80元及会员2倍积分等活动。以Vero Moda为例,目前该品牌在网络旗舰店内进行原价销售的蕾丝长裙通过商场的活动可减160元现金。

“这套天气丹套装在韩国免税店的售价是1500元左右,而参加商场活动后,只需要1300多元,比找代购便宜多了。”3月4日晚,一名正在王府井一楼“后”品牌专柜挑选商品的女性顾客说。

记者手记

女性商品销售 更需注重“心理战”

“没有想到内衣、泳衣能做出成衣高定感,结尾设计的狂欢也让人震撼,整个气氛非常的健康、活泼、时尚。”长沙王府井百货总经理张建国在观看了安莉芳秀场后感叹道。

事实上,改变的不仅仅是内衣秀场。

3月8日,从“妇女节”到“女人节”再到今年不少商家宣称的“女神节”、“女王节”,虽然只是节日昵称的改变,却反映出商家们在应对女性顾客内心需求不断变化的快速反应。

相对男性的理性消费而言,女性消费者对促销的反应显然更为敏感。而在促进销售、实现品牌推广的前提下,如何获得女性消费者的心理认同成为重要的事。

“女性,尤其是追求时尚的青年女性都对美有着强烈的渴望,同时需要表达自己。此外,商品本身的色彩美、包装美以及商家赋予商品背后的艺术美也成为影响购买决策的重要因素。”长沙从事互联网推广行业的鲁先生曾对我说过,星城商场落地活动的丰富程度与升级换代,与互联网社交时代赋予女性顾客的时代烙印息息相关。

预付式消费顽疾难除 投诉呈上升趋势

随着预付式消费在美容美发、健身、洗车等领域的快速发展和普及,不少经营者与消费者都颇为认可这一消费方式。然而看似双赢的背后,却存在诸多问题。中消协最新发布的预付式消费调查体验结果显示,四成多商家存在诱导消费、经营主体不合法等情况。

消费欺诈屡见不鲜

林先生在一家美容美发的连锁店办了会员卡,并一直在该店理发。但在日前的一次消费中,林先生却遇到了一桩糟心事。

据介绍,林先生在理发时被告知如要达到理想的美发效果,需做一项200多元的烫发服务,想着会员卡中还剩300元,林先生便答应了。但没想到,结账时却被要求须再往卡里充200元。

该店店员称,该项烫发服务原价超出了林先生会员卡中的余额,200多元的服务价格是折扣价,须在卡中余额超出该原价时,才可以享受。而且,会员卡中的余额不能抵扣该项服务的原价花费。让林先生感到不解的是,这些消费规定对方都没告知过,有消费欺诈和霸王条款的嫌疑。

实际上,类似林先生这样的消费体验在我们的日常生活中并不罕见。许多商家通过各类优惠信息诱导消费者办理预

付卡,而在其后消费中往往出现霸王条款、擅自中止服务等各类侵权问题,更有甚者以欺诈为目的,在开业初期或收到预付款后便卷款跑路。

中消协提供的数据显示,从近几年全国消协组织受理涉及“预付式消费”投诉情况来看,预付式消费投诉呈上升趋势,而解决率相对较低,成为当前消费维权的热点和难点。

消协呼吁加强监管

有专家表示,目前因为落入预付式消费陷阱而遭到权利侵害的消费者,在事实上处于“维权无据”“求告无门”的境地。对预付式消费这种新型消费形态,现有的法律法规还不够完善,此类纠纷在现实中成为一大消费难题和法律难题。即使能够进入诉讼程序,仍然面临着诉讼成本过高、无法执行等问题,最终类似纠纷多以不了了之收场。

因此,中消协建议政府监管层面要继续完善法律法规,使消费者有法可依。相关部门应加快修订和完善相关预付卡及预付式消费的法律规定,积极推行合同示范文本,提高合同规范性和普及性,防止发生不签合同、合同内容存在不平等格式条款等损害消费者利益的事件。

■据经济参考报

简讯

南航墨西哥航线开通在即

中国南方航空股份有限公司(南航)日前在此间向媒体表示,南航将于4月10日开通广州—温哥华—墨西哥城航线。

南航在新航线开通后将推出优惠票价。据悉,该航线经济舱单程票价最低可至4704元(含税),经济舱往返票价最低可至7198元(含税)。据分析,这

一价格有明显优势和吸引力。

在行李方面,南航规定该航线经济舱旅客每人可免费携带2件行李,每件不超过23公斤;公务舱旅客每人可免费携带3件行李,每件不超过23公斤。针对需要从广州中转前往中国其他城市的旅客,南航将提供行李免提服务。

■据新华社

国家质检总局公布今年首轮禁入名单

国家质检总局日前公布今年首轮“未予准入的食品、化妆品名单”,在今年1月403批次因质量有问题或卷标不合格等原因而遭大陆拒绝入境的商品中,台湾地区商品竟超过四成,大约170批次。其

中,韩国兰芝臻白净透保湿乳、兰芝水活力喷雾(保温修护、舒润)被检出金黄色葡萄球菌,目前已被销毁。名单还包括日本日清方便面、香港美心月饼、台湾6种燕麦片等。

■据央视