



圣诞促销 体验消费唱主角

百货、购物中心年底双节促销旺季已到来。在经历了不断调整后,消费习惯逐步呈现线上线下细分化,实体商家依靠体验感和优质服务使购买人群逐渐趋于稳定。受经济下行影响,越来越多的实体商业在与电商的拉锯战中加大体验业态的占比。灯光秀、圣诞树、潮流派对、艺术展览……对于北京的消费者来说,年底实体商业圣诞、元旦大促已成为品质消费、趣味体验的好去处。

圣诞购物节提前启动

相比往年,今年实体商业圣诞促销来得早了一些。北京商报记者注意到,今年,北京、上海、广州等多地的百货、购物中心早在9月就开始着手于年底圣诞大促活动的筹备与策划,不少实体商业于11月中旬就推出圣诞促销体验活动,可谓诚意满满。

而在进入“圣诞月”后,为了让促销商品赢得更多市场,北京各大商场、购物中心在年底前进行最后一轮打折促销,并陆续通过年货节、周年庆、“不打烊”等活动揽客。各具特色的亮灯仪式也为商场增加不少人气。

北京商报记者调查发现,今年大部分商场都提前开启了圣诞折扣季,而且活动持续时间延长至半个月到一个月左右。百货业从业者表示,往年最低折扣基本会在平安夜及圣诞节当天才会出现。今年,受电商冲击等影响,商场不但提前准备平安夜大餐,还把大力度促销贯穿始终。

今年,凯德、来福士、银泰、华联、国贸、老佛爷、大悦城等多家线下实体商业提前启动了圣诞购物节乃至圣诞购物季的大促活动。11月底,凯德MALL西直门店拉开圣诞季系列活动的序幕。据悉,凯德2016圣诞季从2016年11月26日持续至2017年1月3日,第二波活动“凯德疯狂购”已于12月10日全国启幕,届时将在全国发放价值1亿元的优惠券。

业内人士认为,圣诞档期是购物中心、百货全年当中最重要的一个档期,商场借助节日气氛、场景化消费吸引人气增进销售。另一方面,实体商业提前举办年底大促活动,也将阻击电商的“双12”活动,扬长避短,正面迎击。

体验业态再受青睐

为提前抢滩“圣诞经济”,实体商业各显神通。今年,电子商务的强劲势头有所衰退,实体商业也充分吸取近两年的经验教训,通过自身更加擅长的体验业态寻求破局。

在圣诞节这一促销、消费节点上,今年的线下实体商业更加注重颜值和体验业态的比拼,借助节日经济营造消费气氛增加销售。商家重金进行陈列布置,单调的圣诞树、圣诞老人等场景也不再是商家的首选。相比以往,今年除了别出心裁的设计师作品、动物体验外,部分商场还把环保主题融入展示环节,具有教育和警示意义。

北京商报记者了解到,老佛爷百货中国旗舰店于日前揭开全新圣诞季主题——极地奇幻圣诞,期望唤醒公众保护北极冰川和极地动物的意识。此次圣诞主题讲述了由于全球变暖导致极地冰川大面积消融,北极熊赖以生存的栖息地逐渐减少,北极熊家族游历全球寻找新家园

的奇幻故事。老佛爷百货以动态橱窗呈现洁白冰山、魔幻光影、萌趣缆车、极地热气球等奇幻元素呈现故事。除了北极熊动态橱窗,老佛爷百货户外广场上还将展示巨型圣诞主题装置“北极熊攀玩法国卢浮宫”。

银泰商业加码体验业态借圣诞节点抢占商机。王府井银泰in88近日携手设计猫独家呈现新锐艺术家圣诞树作品,并举办圣诞点灯仪式。即日起至圣诞,in88携手设计猫带来全球十个国家的新奇设计作品,消费者可在节日里感受设计带来的丰富体验。12月24日平安夜,in88将通过“不打烊”打造系列圣诞主题的创意互动及特别促销活动。

此外,国贸商城引入费尔岛的小矮马,推出了合影留念分享朋友圈抽奖的活动。对于实体商业来说,消费者作为自媒体的作用尽显。在实体零售业业绩压力不断提升的大环境下,商场优化形象具有更重要的意义。

品质消费成主题

随着北京社零额突破万亿元大关,消费者对于品质和品牌的追求正在不断加强,这也促使商业企业提升品质与服务,创新营销方式,满足与挖掘新的消费需求。

12月12日,正式启动2016北京跨年促销节。这是首次由政府主导的辐射全北京、惠聚全品类、试水全渠道的大型促销活动。据北京市商务委副主任孙尧介绍,这一大促活动将有望在每年末与消费者见面,并逐步形成具有京味特色的促销活动品牌。

在2016北京跨年促销节启动仪式暨2016北京品牌发布年度盛典上,王府井集团北京区域中心总经理助理吴雨玲表示,在跨年促销节期间,王府井集团将联动百货大楼、双安商场等北京7家门店,开展以拼趣为主题的统一营销活动,打造浓厚的商业氛围,强化营销的趣味性、体验性、互动性和话题性。王府井集团首次尝试打造圣诞营销主题活动,统一视觉形象,同时突出商品促销力度和参与范围,提高顾客参与度,激发消费兴趣。

今年,老字号专业店也加入了大促活动中。在跨年促销节活动中,北京稻香村推出了为2017年春节打造的新产品“饽饽匣子”。据北京稻香村销售部副部长田堃介绍,“饽饽匣子”的外包装兼具古典与现代的风格,其中包含着13款从稻香村600种产品中精心挑选出来的点心。“产品全部由手工打造,产量不大,预计在12月20日推出。”

在长达半个月的活动中,国美在线在即日起至12月29日也推出圣诞狂欢、手机狂欢、家电狂欢、1月1日跨年盛典活动,同时,还有快消品买1得2等活动。

根据RET睿意德近日发布的《2017年消费升级趋势下的新北京商业地产》报告显示,消费趋势开始从功能性消费转移到品质消费,以品质驱动将成为未来十年消费市场最大的特征,以品质提升为标志的消费升级也将改变商业地产的发展趋势,时尚创意、休闲度假、娱乐运动以及教育培训等已成为消费重点。

北京商报记者 吴文治 王玮