D16 商业

崇文新世界推出 婚庆季专场、甘家口大 厦推出婚庆主题系列 推广活动、资和信百货 举办首届婚庆珠宝节 燕莎推出婚庆主题 卡……国庆是婚礼高峰 期,北京各大商场也纷 纷推出相应的活动。与 往年不同的是,今年的 婚庆主题营销强调一条 龙服务,商场整合了婚 纱、旅游等异业资源,为 消费者提供采购、婚纱 摄影、蜜月旅游等一站 式服务。专家认为,今 后的营销都以消费者需 求为核心,更多的资源 将被整合在一起,商场 提供的不再是某类产 品,而是消费者需求的 解决方案。

本版采写/摄影(除署名外) 新京报记者 林文龙



崇文新世界在综合馆户外广场举办婚纱摄影品牌大联展。

商场提供婚庆消费解决方案

原价8000多元的品牌对戒, 现价5000多元;男士西装、女士 礼服4折起;兰蔻专柜满680元 15 倍积分,再满额送礼……崇 文新世界日前举办的婚庆季活 动吸引了不少准新人。王小姐 打算明年五一举办婚礼,"对戒 特超值,以前单买一只的价格, 现在能买一对儿。

新世界百货崇文店市场部 经理张敏燕介绍,今年打出"婚 庆季"概念,首次把店内各品类 都结合起来,给顾客、特别是准 新人们一个一站式购物平台。

商场营销活动创新, 整合力度大

记者发现,今年各大商场做 婚庆营销活动时,均有所创新。

比加新世界百货大填路店 整个商场变身"婚礼现场",粉红 色的花球出现在商场各个角落, 金色纱蔓围绕四周。正门外广 场上,一对准夫妻在上演浪漫婚

崇文新世界则在综合馆户

外广场举办婚纱摄影品牌大联 展,整合施华洛、巴黎、蒙娜丽 莎、金夫人等八家婚纱摄影品 牌,联手推出3折优惠活动。还 有旅游等咨询服务

北京商业经济学会秘书长 赖阳介绍,过去商场营销,往往 以提供的产品或服务为核心,百 货商场根据不同的市场定位,然 后扩展对消费者的营销。但营 销发展到现在,已经以消费者的 需求为核心来组合资源,因为单 独提供某种商品,对消费者没有 太大吸引力,形成不了竞争力, 消费者也还有各种各样的服务 需要去寻找。

赖阳说,如果提供消费者需 求的解决方案,百货商场则变成 个市场资源的整合者,这样才 能有吸引力。比如在婚庆方面, 消费者并非要在商场这儿买婚 庆用品,而是需要婚庆全流程的 服务方案。除结婚戒指、衣服 喜糖外,还需要婚纱摄影、蜜月 旅游,甚至喜宴预订、婚礼主持 等。这些资源,将来都有可能被 整合在一起,为消费者需求提供 完备的解决方案。

多种异业合作已在 一些商场兴起

"商家要突破我是一个卖商 品的或我是某个行业者的概念 转向只要是消费者所需的,我就 要想方设法提供。"赖阳表示,针 对会员的各种异业合作,已在燕 莎、当代等一些商场兴起。比如 燕莎与首都机场贵宾要客通道 等众多项目进行异业合作,它们 分别为燕莎的顾客提供旅游类 艺术体验类、餐饮类及休闲娱乐 方面的产品和服务优惠项目 当代商城也在教育培训、健康医 疗、金融理财、生活服务等多方 面开展与相关企业的合作营 销。9月19日-23日,当代商城 17周年庆期间,当日购物累计 满 1000元,可获赠异业合作店 庆同贺礼包一份。内含风亦情 美容美发、宝路喜奢侈品养护 英特实境英语、澳门豆捞、徐同 泰、密丝蒂咔咖啡、宾适口腔、因 为爱婚庆、开心麻花等优惠券。



资和信百货推出首届婚庆珠宝节。

资料图片



新世界百货大望路店外广场上的"婚礼秀"。

■开战 商场婚庆活动花样多

国庆婚礼、蜜月旅行扎 堆,而8月底9月初也就成了 婚礼、出行准备的重要时段, 添置礼服、婚鞋、珠宝、箱包 等用品。北京各大商场纷纷 推出相关活动

新世界百货大望路店:9月 初推出一系列浪漫婚礼回馈活 动,化妆品满100元减20元,珠 宝品牌折扣基础上满5000元再 减500元,接吻猫特卖2折起,诺 帝卡4-6折等

资和信百货:推出首届婚庆 珠宝节,K 金钻饰5折起,一层 共享大厅还有婚庆商品展壶等。

翠微百货:牡丹园店9月13 日至20日,大部分品牌珠宝类

饰品单品满 1000 元减 200/350 元基础上满1000元可享全单9 折优惠。大成路店珠宝区大部 分品牌当日满1000元减400元 起,再累计满1000元享全单9折 优惠

燕莎商城:将在9月20日 推出单张面值均为999元的婚 庆卡

华夏典当行:9月15日-10 月8日推出"婚庆专柜",不仅有 适合新婚伉俪们的结婚钻戒、大 克拉裸钻,还为结婚多年的恩爱 夫妻们展出多款翡翠、和田玉饰 品作为周年结婚纪念品

金融街购物中心: 推出"爱 见证"促销活动,亨吉利世界名

表中心9月6日至16日, Tiffany 手表7折,雅典、昆仑、宝齐菜、 柏莱士、芝柏、雅克德罗均8 折; MONETA珠宝9月12日至 16日全场8.8折,每天限量一颗 特价克拉钻,41999元;劳德珠 宝9月10日至20日,举行品牌 珠宝艺术展,将展出国际珠宝 雕刻艺术大师WALLACE CHAN设计并亲自制作的旷世 珍品"魅惑弥蜓";中艺珠宝9月 1日至26日,全场8折;ARTē9 月推出5-6折特价产品及套装, 购买任意产品可获现金优惠券 300元; LILYROSE珠宝9月全 场 8.5-8.8 折, 消费即送珍珠礼 品并返品牌自由会员积分。

■ 观察

婚庆与零售业结合日趋紧密

中国购物中心产业资讯中 心主任郭增利表示,婚庆与零 售业结合,是近几年相对较热 的一种形式。因为婚庆市场的 消费范围较广,既含有零售功 能,就是大家需要买东西,又有 服务功能,如婚纱摄影等,以至 于现在婚庆变成了一个大产 业。婚庆市场的发展和商业结 合得越来越紧密,很多购物中 心将围绕婚庆主题的一些店组 合在一起,成为婚庆主题区,面 积可能达上万平米;专门做婚 庆主题的购物中心也已出现。

郭增利说,婚庆节与化妆 品节等相似, 都是主题促销方 式,旨在拉动客流和销售,也可 能吸引一些厂家的注意,配合 商场做些品牌推广活动。这种 主题营销,短期效果很好,效果 也很明显。但能否作为长期的 经营模式,是存在不确定性 的。尤其是百货店,婚庆需要 相对较大的展示空间,而百货 店寸土寸金,销售压力较大,所 以更多的可能还是作为短期营 销活动,不太可能固定下来,变 成常规手段。