

全省12万对新人 这个月办婚礼

仅婚庆业一项,就能给山东的婚庆市场带来6亿元的“大蛋糕”

本报记者 杨黎明



“五一”假期里,省城迎来了一个婚礼小高峰。据初步统计,整个5月山东省将有12万对新人举行婚礼。调查显示,以一对新人婚庆费用5000元计算,仅婚庆业一项,5月全省将产生6亿元的婚庆“大蛋糕”。

这么多要结婚的人,自然会给婚庆市场带来不少的消费拉动。
(记者 周青先 摄)

A 买家电承诺派婚车 结果差点乱了套

5月2日,省城有2417对新人举行了婚礼,1日和3日的数字也都接近2000对。

准备5月2日结婚的吴小姐和新郎在4月29日一起赶往泰安老家,准备在那里举行婚礼,吴小姐说:“回家举行婚礼我们操心比较少,回来再宴请单位的同事和好朋友吧。”据了解,现在不少在济南工作的新人都选择了回乡结婚。

“最近,我们做了一个买万元家电送婚礼用车的活动。按照我们的预测,最多也就20对新人参加吧。没想到有近100对新人参加这个活动。”节前,省城一家电卖场举行了一个小型的、针对结婚新

人的家电促销活动,结果参加活动的新人多得出乎意料。让他们更为头疼的是,其中有不少是农村或者要在农村举行婚礼的新人专门来买家电,而那些乡村道路,他们承诺提供的凯迪拉克加长婚车很难走。多亏应对得当,才没有乱了套。

据山东省礼仪庆典专业委员会宣传部长刘永波介绍,目前我省各地新人在举办婚礼的形式上,出现了一种“城乡置换”的趋势。也就是不少农村青年开始到城里的酒店办西式或时尚婚礼,而城市青年、都市白领等,则对秦汉婚礼、唐宋婚礼、明清婚礼等华夏复古婚礼形式产生了较为浓厚的兴趣。

B 5月10日预计济南有 3500对新人举行婚礼

据刘永波介绍,自2006年全国性结婚高峰年过后,全省17市选择在今年办喜事的新人明显比前两年多。而每年3月至5月是国内婚庆业的“春旺季”,其中5月属于扎堆月份,这点在今年尤其明显。

据刘永波介绍,汇总全省17市7862家婚庆和庆典公司(机构)的业务量信息表明,今年5月份山东本地新人及来我省回籍结婚、旅游结婚、探亲结婚的人数将超过12万对。除5月1日至5月3日“五一”小长假,5月28日

至5月30日端午小长假外,5月10日,5月16日尤为扎堆,特别是5月10日一天,初步预计济南市将有超过3500对新人举办婚礼,青岛、烟台也将有2600对以上。

刘永波特别指出,去年起国家休假制度才确定的端午小长假,今年被不少新人所看中。在济南、日照、菏泽等城市,今年选择端午期间结婚的新人在总量上将将与“五一”小长假持平,在一些城市,今年5月28日、5月29日办喜事的甚至比5月1日、5月3日还要多。

C 今年结婚比3年前要多花25% 每对新人光婚礼花费就得小五千

刘永波还说,与经济大环境比较来说,今年办婚礼的费用正在逆势上升,而且已经明朗化了。司仪、花艺、化妆等价格,平均比2006年上一个“婚庆旺年”上涨了25%。在济南、青岛等中心城市,司仪、花艺、化妆等今年的平均花费在4800元左右,而2006年该项花费只有3900元。如果按照每个婚庆平均花费5000元计算,那么5月份仅仅婚庆行业一项,全省就将产生6亿元的“大蛋糕”。

此外,结婚新人对个人婚礼举办质量要求提高,也使策划创意师、婚礼督导师、形体设计师、灯光舞美师等婚庆业以往的

“赠送项目”,变成了消费者心目中不可或缺的消费,这也从另一个方面提高了婚庆消费的价格。

山东省礼仪庆典专业委员会的统计数据表明,5月份之前,济南市有1.5万对新人举行婚礼,预计2009年全市有7万余对新人结婚。“庆典仪式的消费只是一方面,它所拉动的相关领域的消费额要大得多。”刘永波认为,餐饮业、婚纱摄影业、美容业、珠宝首饰和家电等行业,都是直接受益于婚庆行业的,而旅游、装修、房地产业,无疑也分享了婚庆业的一杯羹。



三联家电旗舰店的开张,使得往日游人众多的趵突北路俨然成了新商业街。

两家三联“短兵相接” 不料拼出“趵北商街”

省城家电市场争夺战“火热升级”,假期里业绩都不俗

生活日报5月3日讯 (记者 杨黎明)5月1日,又一场家电争夺战如期而至。不过,今年竞争的主角又增

加了一位。尽管三联家电旗舰店营业面积不足1万平方米,它却再一次打破了省城家电商圈的平衡,家电连锁格

局也为一变。俩三联“营销之争”不仅促成了“趵北商街”,也让省城家电市场的争夺战“升级”。

现在的趵突泉北路真火 人气丝毫不输给泉城路

5月1日,位于趵突泉北路11号的三联家电旗舰店正式开业。在趵突北路上,三联商社请来众多美女表演,并展示手机,摆出吸引顾客眼球的“美女战略”。而在其北边不到20米,刚刚开业的三联家电的“电视促销”活动,也让小朋友们在台上大秀了一把“亲情”。

“三联家电两大卖场在济南、潍坊两大家电重镇同一天开业,此前所谓的三联家电品牌权属问题不说自明。”三联集团有关人士表示,5月1日,

三联家电旗舰店、潍坊店、枣庄店以及济南世购店4店一起正式开业,效果不错。不过,三联商社负责人对此却表示:“三联家电的品牌属于上市公司所有,三联集团此举涉嫌对‘三联’商标的侵权,公司经营的持续性和公司资产的完整性受到严重影响。为了维护上市公司和全体股东的利益,我们已经提起诉讼。”

不过,两个三联的“营销之争”,再加上刚刚从经四路商圈搬迁过来的太阳金店,倒

是让往年游人集中而顾客不多的趵突泉北路,拥有了浓浓的商业氛围,人气丝毫不输泉城路。

业内专家表示,过去一年多的时间,三联集团、国美以及国美系进驻的三联商社之间的种种纷争,在某种程度上也打响了“三联”品牌的知名度,区域品牌突然拥有了全国广泛的知名度。如果两家三联能从这个角度出发考虑问题,“三联”这个老品牌也许会有更好的未来。

每个门口都站满促销员 泉城路被堵得水泄不通

从国美、苏宁、三联“三足鼎立”,到美苏争霸,两个三联PK,三联集团的重新回归不仅再一次改写了省城家电商圈的格局,也让省城家电领域的争斗更加激烈。

作为济南核心商区,泉城路两侧商家林立,这里也是济南家电连锁最为集中的地段,短短数百米的道路两侧,就有

大小家电卖场不下7家。1日上午10时,在泉城路上,各大卖场的促销大战同时爆发,并不断升温,比价格、拼赠品,活动不断,消费券发了花样送。大家铆足了劲儿争夺消费者,增加销售业绩。

“我们‘五一’的销售目标是,销售收入同比增加40%,做国美和三联商社的总和。”济南

苏宁电器相关负责人表示。而济南国美电器则打出了“占领济南家电市场70%份额”的口号。

由于卖场把活动做得都很有“气势”,每个门口举着各种牌子的促销员就有二三十人,泉城路路南被堵得水泄不通。看到密密麻麻的促销人员,不少市民表示,看上去觉得里面的人多得不得了,都不敢进了。

家电厂商走上前台呐喊 赠品赠礼被快速“抢”光

家电卖场之间的竞争白热化,往年“幕后”暗地里竞争的家电厂商今年也开始走上前台。

海信电器摆开了阵势,大力推出“抵200元的消费券”,从泉城路西边一直往东放眼望去,能看到各色拱门上印着诺基亚、海信、海尔等多个品牌的宣传词。

对于家电生产商今年的空前积极,业内人士表示,除了经济危机之下家电生产商希望尽快将产品“变现”,还有一

个重要原因,就是各家家电品牌都非常重视山东市场。

“我下午去买家电,苏宁、国美、三联商社、三联家电我都问了一遍,促销活动都已经提前结束了,赠品早就没了。”3日下午,市民于女士下定决心要买电器,结果发现,很多家电卖场推出的活动都结束了。

由于购买家电的市民超过了家电卖场的预计,很多卖场准备的促销活动赠品都提前赠送完了。记者了解到,新开业的三联家电旗舰店,3天创造了近

2000万元的销售额。

“我们准备的2000台液晶电视,到3日下午2点都已经送完了。”苏宁电器的工作人员表示,“7个店3天销售额达到了3亿元,其中65%以上的业绩是泉城路上两个店创造的。”他还说,3000万元的赠品也都提前赠送完毕了。

三联商社推出的“刷联商卡最高送1000元”的活动,第一天就快满额了。据介绍,“五一”这3天,三联商社销售额达到了近5000万元。