

黄金周首日,商家赚翻了

“十一”黄金周首日,大量客流涌入南京新街口。据各家商场对各自客流统计显示,昨天新街口商圈客流量超过了100万人次,略高于今年“五一”黄金周首日的客流量。南京市商贸系统初步估计,黄金周首日全市零售总额达到了4亿元,同比“五一”黄金周增长了近20%。



新街口快被挤“爆棚” 快报记者 赵杰 摄

【消费·百货】

南京百货业一天进账 8000 万

中商、新百争夺首日客流

中央商场 6.3 万平方米的大型购物中心昨天正式亮相,犹如给南京黄金周首日的百货业注入一剂兴奋剂,据悉,中央商场当天销售额达到了1500万元,南京百货业首日进账8000万元。

新中央商场的开业,促使外地和本地的消费者怀着莫大的好奇心争相涌入新街口。该商场策划部马晓东告诉记者,由于中央商场南移后,主力客流进入集中在北门和现在新西南门,把以往平行进入中央商场周围的客流变成了环形客流,增强了这个商圈主中心的消费能力。记者在新店堂看到,店中“点模式”被发挥到了极点,

消费者可选择在任何一个相对独立的空间中,选购自己喜爱的商品。

在新进入新中央商场的品牌中,不少中高档品牌都是首次进入南京,款式丰富,流行元素也很多,消费者在选择上余地很大。中央商场常务副总经理阎永平告诉记者,这次黄金周百货最大变化就在新街口,中央商场扩建拉开了新街口的商业框架。

记者在新百询问了一些营业员,她们告诉记者,中央商场促销的力度有多大,新百也有多大,同类商品的价格绝不会超过中央商场。当然,面对商圈中心南移的压力,新百绝不会拱手把客流让给中央商场。

【消费·电器】

苏宁黄金周首日迎客百万人次

与往年相比,今年的“十一”黄金周,南京家电市场爆发出了惊人的消费力。从整个新街口商圈一天的销售情况来看,苏宁电器首日迎客百万人次,以过1.8亿元的销售量挖得了黄金周第一桶金,而苏宁新街口店则以单店单日6000万的销售领跑南京家电市场。

记者在苏宁电器新街口店现场看到,该店开放的三个主要出入口已经被购物的市民填了个满满当当,手机、彩电、冰洗、空调、小家电全面开花。苏宁南京大区营销中心所有管理人员全部上销售一线协助销售,苏宁南京大区总经理陶京海本人也下

到了一线,与他的团队一同解决现场销售中的问题。

记者还发现,苏宁员工的停车场成了促销礼品仓库,众多的促销礼品就在现场发放,而苏宁员工的车辆则被移到其他收费停车场。

新街口店、山西路店领衔主打,大工厂重张开业、江宁店感恩回馈,苏宁电器黄金周首日销售全面开花。凭借15店的良好表现,苏宁挖得黄金周第一桶金,一天过1.8亿元的销售创造了新的纪录。

苏宁电器此次与中国银联联手,购物刷银联标准卡就可以享受9.2折的优惠让利,为此苏宁在新街口店、山

高档商场鞋子卖得欢

记者在金鹰、东方、大洋等三家商场采访中了解到,由于“十一”黄金周秋冬鞋款大量上市,所以各家都在前期准备中,加大了对一楼鞋子的促销力度。金鹰刘经理介绍,昨天鞋子各个品牌柜被女性消费者所占据,一般她们都会买两双鞋子,很多人单笔消费在1000元以上。

许多人到山西路淘便宜

山百买400送400,苏宁环球买300送300,湖南路商场折扣打到底……山百的值班人员告诉记者,该商场销售已达到500万元。

快报记者 杨坤

西路店等店面增加了近百部POS刷卡机,200个临时收银台,近百名财务人员。即便如此,刷卡付款的消费者还是排起了长长的队。据苏宁财务部门提供的数据,昨天苏宁电器刷卡消费已经占到了总数的70%,比去年同期增长了近120%。

据苏宁电器南京地区采购中心负责人介绍,通过苏宁电器黄金周首日的销售数据分析看出,购买套餐的消费者日益增多,而平均单价都在6万元左右,而这些套餐都含四套以上的空调、冰洗、彩电等商品,套餐消费的金额占了总销售的40%多。

快报记者 杨坤

五星、国美国庆节销量超乎想象

五星电器新街口卖场昨天再创纪录,销售额比今年“五一”当天还有17%的增长,平均每平方米的营业面积达到了4330元。

据了解,五星电器昨天全国的销售业绩都相当理想,全国的销售总量比去年国庆节有了97%的增幅,即使排除了新门店增加的因素以外,老门店的销售增幅也有接近20%。五星昨天统计出

的全国平均客单价为1232元,比平时高了接近100元。南京、苏州、杭州等地的顾客,平均在每件家电上花的钱甚至达到1750元以上。

而国美的销售量也非常可观。“仅周六夜市与‘十一’当天销量就已达到了预计国庆7天整体销量的50%以上。”南京国美总经理刘小东昨天接受记者采访时说。据悉,国美昨天液晶、等

离子平板彩电的销售额已占到销售计划的近37%。“平板卖得好,一是因为年轻人结婚购置家电都会选择一步到位;二是随着家电产品升级换代的加快,很多家庭开始淘汰老产品,购置新品。”南京国美总经理刘小东分析道,国美于这次黄金周出台的“新婚新居新生活”黄金计划很受欢迎。

快报记者 卞飞

【消费·动态】

强化地板 节后要涨价

据了解,前段时间,强化复合地板的主要材料高密度基板价格出现小幅增长态势。虽然当时还没有太多迹象说明价格要上涨,但随着厂商囤积货物逐渐走空,国庆节期间消费需求增长,价格上涨趋势呈现必然。

据了解,黄金周期间将是强化复合地板价格的短暂平稳期,节后每平方米约小幅度上涨10元左右。“我们囤积的地板已不足以应付国庆7天销售,节后新进地板肯定涨价。”一位品牌地板商向记者表示,黄金周是商家必争的黄金期,期间的强化复合地板价格一般都有优惠空间,商家也希望趁这个机会抢占份额,价格不会有太大波动,而过了这段时间价格就会上涨。

快报记者 胡永军

【消费·提醒】

连续逛商场 不宜超过1小时

黄金周首日,节日市场一片红火,逛商场购物的市民陡增。江苏省中医院的专家提醒市民,以往长假期间,很多市民在逛商场时出现了不同程度的头晕、恶心、胸闷等症状,这就是患上了因商场内空气污染引起的“商场综合征”。专家建议,连续逛商场不宜超过1小时。

据相关检测,商场在营业1小时后,空气中细菌含量就会高出室外45%,二氧化碳比室外高3倍,空气中不仅缺氧,而且含有大量的悬浮颗粒物;如果商场内的专卖店刚进行过装修,也会使甲醛、苯等有害物质存留于空气中。入秋后空气干燥,很多细小粉尘可长时间在室内飘浮,会对人的呼吸系统产生刺激作用;另外,拥挤的商场内,人群中的嘈杂声会使人心情烦躁,反应迟钝。因此,专家建议,顾客应尽量减少在商场内逗留的时间,在大型商场中购物的时间以1小时为宜。

实习生 蒋振凤
快报记者 张星

【消费·现象】

手机一天卖出5万部

国庆第一天什么商品销售最火爆?手机!仅昨天一天,南京就销售手机5万部。

昨天下午,记者挤进了苏宁淮海路店。人实在太多了,记者在里面绕了一圈,足足花了10分钟。据苏宁电器南京大区营销中心一位负责人介绍,苏宁手机销售比今年“五一”黄金周同期增长近一倍。

南京国美老总刘小东介

绍说,昨天国美南京分部的手机销售量就超过2万部。

从记者走访的几家卖场销售情况看,售价在1500元到3000元之间的手机卖得最多,占到了销售量的2/3以上。而商务手机、百万像素的手机也很畅销,6000元以上的三星、摩托罗拉、诺基亚、索尼立信的高档手机还出现不同程度的断货现象,让业界大跌眼镜。快报记者 卞飞

平板电视销量首超传统彩电

平板电视终于在黄金周打了个翻身仗,力压传统CRT彩电销量,成为南京老百姓购买电视的首选。而之前平板电视虽然在销售额上占优势,但在销售数量上远远不如传统CRT电视机。

根据苏宁电器提供的数据,昨日苏宁平板销售超过1000台,而整个平板销售量首次超过彩电整体销售的50%,CRT彩电的销量已经低于50%,而今年“五一”黄

金周期间平板销量仅占整体的30%。

五星统计数字显示,平板的销售金额大约占到彩电整体的65%,其中液晶占平板的90%,等离子占平板的10%。而在国美卖场,450元的21英寸彩电、3990元的32英寸液晶、6660元的32英寸合资等离子、10900元的42英寸合资液晶电视成了消费者争先抢购的对象。

快报记者 杨坤 卞飞

【消费·楼市】

鼎新路一楼盘“反弹琵琶”

相比一些楼盘在国庆期间的大事促销,一些城中的大户型住房却“反弹琵琶”。昨天位于新街口附近的鼎新路上的某某花园楼盘,将原先9.8折的折扣价抬高到9.9折,同时宣布“从10月8日起全面调价”,调价幅度达100~200元/平方米。

记者了解到,这一楼盘4幢住房的销售均价为9300元/平方米,1个点(1%)的折扣就是93元/平方米,而该盘推出的主力户型是140平方米左右的大户型,提高1个点就是提价13000多元。如果按照“10月8日起全面提价100~200元/平米”的说法,平均一套房子房价将提高2万元左右。

至于为什么选择在南京房产新政细则出台后的国庆期间提价,该楼盘有关人士解释为“这是销售方案定好的,和南京的房产新政细则没有关系”。

一名房产业内人士认为,该楼盘“理直气壮”提价当然

和南京房产新政细则有关联。9月28日颁布的南京房产新政细则里规定“90平方米以下套型占7成”,在南京房产新政细则中被诠释为“总量控制、区域平衡”,细则将南京商品房住房划分为强控、中控、弱控三个控制区,其中“中控区”主要是针对老城区,目的在于疏散人口,没有强制城中这样的“中控区”新盖楼盘必须要满足“90平米以下套型占7成”。

不过,记者在南京市网上房地产的统计数据中看到,鼎新路这个楼盘4幢楼的成交比例并不高,均没有超过50%,而其中还有一部分处于“被限制销售”状态。大户型的房源销售不太顺畅,怎么还要“反弹琵琶”提价呢?

南京市网尚房地产研究机构专家认为,南京城中的房子因为“稀缺”,一直是“需求大于供应,总体处于三四个大同时想买一套房子的状态”,这是开发商加价的根本原因。快报记者 尹晓波

【消费·家装】

“黄金周”首日 家装忙得欢

在黄金周首日,家装市场已开始忙得不亦乐乎。记者了解到,多家品牌家装公司昨日的业务量较平时都实现成倍增长,而建材、家具卖场的销售也非常火爆,销售量均增长两三成。

昨日,记者从锦华、美庭、钟凯丽等南京品牌家装公司了解到,他们昨天一天的签单量基本上都达到了100个,较平时增长了2~3倍。

锦华装饰设计研究院院长堂杰告诉记者,截至昨日晚上6点,锦华南京总部所属各分公司及工作室共签下98个单,其中有一个分公司就签下30多个单。这样的签单量平时很难见到。据美庭家居高级顾问徐振宇介绍,他们在南京的几个分部,旺季高峰最多五六十个单,而昨天一天的签单就接近了100个。钟凯丽装饰市场总监王爱东也告诉记者,黄金周第一天,他们的签单量就接近100个,较平时实现了两三倍突破。

相比家装公司,建材卖场显得更加热闹。记者从好美家、百安居等建材超市,以及石林、家乐乐等建材大卖场了解到,他们在昨日都举行了幸运大抽奖活动,吸引了成千上万名消费者光顾,销售量也因此增长20%~30%。

针对国庆期间的婚庆市场,红星、高力、永隆、茂亚等家具卖场,都推出了数百款卧室家具及成套床上用品。记者注意到,时尚而又新颖的床上用品套件,不管是色彩还是图案,对年轻人的吸引力都很大。特别是具有“红色中国元素”的卧室7件套床上用品,更是备受追捧。

“黄金周”期间,家装公司、建材、家具卖场都在大力度促销。南京市装饰行业协会会长朱炳生提醒,节日期间做家装、选建材、买家具,一定要理性消费,应该根据所需适当选择,不要贪图一时便宜。快报记者 胡永军