

孔子曰:“智者乐水,仁者乐山。智者动,仁者静。智者乐,仁者寿。”

释义:智者也就是聪明人。聪明人通晓事理,反应敏捷而又思想活跃,性情好动就像水不停地流一样,所以用水来进行比拟。仁者也就是仁厚的人。仁厚的人安于义理,仁慈宽容而不易冲动,性情好静就像山一样稳重不迁,所以用山来进行比拟。

80后集体“奔三” 商家迎合“个性”新生代

【现象】一个“80后”的消费样本

商业如山,数年信誉稳重不迁;商业如水,思维敏捷如水活跃。进入2010年,出生于1980年代的“80后”们开始集体“奔三”。作为首批独生子女的“80后”们逐渐成为消费主力,这个一度被概念化的群体独具个性的消费特征将给商业带来怎样的变化?而商业,又将如何以水的敏锐、山的稳重,来把控制时代脉搏,迎合80后的消费习惯?

出生于1980年的吴小姐是南京一家保险公司的职员,年收入四万元左右。结婚不久,丈夫比她大三岁,在媒体工作,收入高于她。尽管还没达到高收入的水平,但吴小姐除了偶尔到菜油买一些很潮的小配饰之外,过去一年间,她最常去的商场就是德基广场和金鹰,按照她的说法,买不起可以,但不能丧失对时尚潮流的嗅觉。在她的衣柜里,还会有一两个奢侈品的口袋,用于出席重要的场合搭配。几年前,她经常穿的牌子就是ONLY、MODA这样的时尚女装,但当这些品牌满大街都是的时候,她穿的品牌又悄悄“提档升级”成了衣恋旗下的E·LAND和小熊等品牌。在她看来,穿的人多了,就没有了个性。商场搞大力度促销的时候,吴小姐也会对商场的促销信息充

满关注,并会为大促血拼而提前踩点,当然,“冲动”少不了。例如前段时间金鹰促销,她就一咬牙刷掉了3800多元,拿下了自己盯了好久的一件羊毛大衣。类似的事情,一年中要发生好多次,吴小姐的办公桌上,经常是多张信用卡的催账单。类似的“80后”消费样本大同小异。调查发现,在“80后”一族中,使用信用卡“先消费后买单”的观念颇有市场。有社会学研究者概括认为,作为第一批独生子女的代表,“80后”既是中国的“一个特色产物,又是一个与世界各国同龄人几乎有着相同观念的群体。因为他们成长在冷战结束以后,全球消费新潮与消费文化基本趋向大同的年代。他们喜欢上网聊天、打电子游戏、手机换个不停、吃洋快餐和穿新潮服饰,带有明显的时代特征。

【趋势】“80后”成消费主力

毫无疑问,进入而立之年的“80后”们正在显示出令人惊叹的消费力。“中央商场目前有21万VIP卡会员,通过分析我们发现,超过40%的客户年龄在20-30岁之间,也就是通常所说的‘80后’。”在中央商场常务副总阎永平看来,“80后”已经当仁不让地成为了现今商家的主力顾客。做商场高管多年,阎永平一直在关注着消费群体构成的变化,他发现,10年前,商场的主力消费人群在30岁到45岁,而在10年后的今天,主体消费人群年龄结构正在年轻化,“以首饰消费为例,‘60后’‘70后’更钟意于具有保值功能的黄金,而现在的‘80后’们,则更喜欢白金和镶嵌类类的钻石,这部分的销售比例已经上升到了近3成左右。”由“黄”变“白”,“80后”就这样悄然接过了社会消费主力的接力棒。“你不能指望在年轻时就习惯逛大洋、德基,穿惯牛仔裤的这代人,若干年后,会选择到购物环境很一般的老百货买过季商品。”谈到“80后”消费力量的崛起,一家大型传统商场的高管显得忧心忡忡。在她看来,南京的传统百货商家应该正视消费主体年轻化的趋势,居安思危,主动进行商品结构调整,“尽管目前各家的销售还都不错,但不能安于现状,忽视未来,必然将无路可走。”在一次接受记者采访时,南京万达广场商业管理有限公司区域总经理朱逸也表示,万达在河西的建邺万达广场项目是代表着当今最流行的商业业态——城市综合体,在某些方面,也是在研究了社会消费主体的变化后而进行的业态组合,时尚餐饮、酒店式公寓、大型仓储超市等业态,带着明显的时代消费特征,正是反映了“80后”消费习惯对商家发展趋势的影响。

【变化】商家迎合“个性”新生代

如何应对这种变化?南京的百货人一直在探索和改变。曾经,“80后”个性化鲜明的消费特征,让那些年龄在四五十岁的商场决策者们有些困惑。但事实是,谁获得“80后”的青睐,谁就能在将来获得主力顾客,这样现实的变化让经营者们不由得对“80后”的消费习惯进行探索。

■探索 个性时尚

新街口一家大型商场的高管用个性、时尚两个词来概括“80后”这一代人的消费特征。该人士发现,“70后”顾客对奢侈品牌大牌的认同感更高,而“80后”更喜欢彰显个性潮流,“70后”顾客可能喜欢从《VOGUE》、《ELLE》等时尚杂志上了解现在的时尚是什么,而“80后”顾客喜欢的杂志是《Milk》。

■改变 迎合变化

为迎合“80后”的消费需要,各家商场早就开始从各个细节开始改变。淘汰老品牌,引入运动、休闲、户外等更具时尚感的品牌,这样的工作几乎家家都在进行中,74岁的中央商场还针对“80后”进行了“大部制改革”:将2-6楼的16个部门压缩成了10个,就是为了及时进行商品调整。值得一提的是,“80后”喜欢消费时尚餐饮甚至也出现在越来越多的购物场所中。一向以传统百货面孔示人的山西路百货大楼,也在一楼“冒”出了KFC的身影,而必胜客、棒约翰、面包新语等这些时尚餐饮品牌更是遍地开花,在多家商场扎根。“80后”们喜欢刷卡消费,商家就和银行联手,让他

《Coldtea》,在这些杂志上找到小众的潮流和趋势。“要和别人不一样,要潮,这是‘80后’最普遍的心理。”长期研究消费的学者苏晓晴说,2008年开业的水游城,曾借助H&M以及ZARA两个潮流品牌就确立了在南京商业的品牌地位,两个品牌有当今时尚潮流的元素,从心理上让“80后”们找

到了认同感。“如今,已经很难再出现当年那种满大街都是军装绿的潮流了,这一代人,要的是独一无二。”苏晓晴对“80后”的消费心理进行研究之后,用“最in,最潮流”、“独一无二、与众不同”、“喜欢就买,重视自己的感性需求”、“重视品牌体现的身份风格定义”、“喜欢DIY”等来进行概括。们“喜刷刷”。前不久,南京百货新军万千百货甚至同时请来了10家银行,为一场促销捧场,收效颇丰。苏宁电器则在其第五代3C+店里,热水器旁卖起了抽水马桶,iPod、苹果电脑、单反相机和配件进行混搭,一站式购物,全都是按照不喜欢麻烦“80后”的口味。在这种主动的变化中,“换季”这个在百货行业沿用多年的名词也在被商家逐渐淡化,多家商场几乎每1-2周就要进行一次商品调整,平时的换货更新更是频繁,以往出现的一季才更换一次货品的惯例,也逐渐为了迎合周周都有的促销活动而不断调整、变化。细心的消费者不难发现,“80后”们喜欢刷卡消费,商家就和银行联手,让他

广告,“潮”、“in”等时尚新词出现的频率越来越高。在商场人士看来,要吸引“80后”,就要说他们认同的语言。喜欢在网购的消费者有一个明显特征。精明的“80后”们会在实体店看好衣服,记下价格,然后去网上淘价格更便宜的同款式的服装、家电、化妆品、家居用品。商家们也在这种消费特征中得到了启发,据透露,中央商场的电子商城项目已在筹备之中。而苏宁环球则反其道而行,将网上热卖日本美妆品牌美丽芳丝引到“线下”,开设实体店,解决“80后”网上消费的后顾之忧。毕竟,面对淘宝一年2000亿元的销售额,商家们不可能无动于衷。 快报记者 黄建军

山西路百货大楼 The Shanxi Road Department Store

火红2010

活动时间: 2010.1.22-24

山百元月新品 惠卖篇

冬品出货 一折到位

双休天, 免费、零购物 办理山百乐购卡 限1.23-1.24日

6级大礼 买就送 (会员专享)

针织商场 卡帝乐、碧鱼、欧帝、富挺、工友俱、飞马、直而、三枪、刘佩瓜、雪竹内衣2.2-5折; 威利、金鹰、珍羊、德珍5折; 溢美、100丝特、棉利、真金女衫3-5折; 诚路羊绒特卖39元/条; 海尔曼斯09款7折; 金鹰羽绒服58元/件; 衫衫羊衫6折; 美野4-7折

男装商场 男装狂折+巨减+限时谷底价

1折 苹果棉衣原价780元, 现价78元; 花花公子羊毛棉衣原价968元, 现价96元; 原价1080元, 现价96-150; 原价1480元, 现价380-490元; 推波羊毛衫原价1680元, 现价480元; 雅戈尔衬衫原价899元, 现价150元

1-3折 波西米亚原色338元, 现价50元; 沙地国际羽绒服原价1360元, 现价400元; 沙地国际羽绒服原价7560元, 现价2600元; 罗蒙羽绒服原价1980元, 现价598元; 原价2180元, 现价798元; 九牧王羽绒服原价1258元, 现价380元

特色龙尼克原色3099元, 现价1589元; 特色龙羽羽绒服原价799-909元, 现价349-389元

女装商场 女装满88元减48元现金

斯尔丽大衣399-599元, 棉衣3件+大衣1件减200-539元; 依布棉衣100-150元; VGRASS时尚羽绒服686元

运动商场 卫衣2-3折, 品牌: 心宽、杉杉、好仔、哈比、比来、红番仔、... 卫衣28-30元, 品牌: 阿迪、蓝盾、米诺; 卫衣巨量特卖, 超大森林、8羽羽绒服4折, 8羽羽绒服598元/套; 李宁羊毛被2.8折, 现价68元; 李宁满100元减30元现金/李宁5-6.8折; 阿迪买一送一/罗蒙3-5折, 8羽羽绒服598元/套; 现场满减4折/儿童满85元减48元现金

山西路最大羽绒卖场3楼主卖场

海澜、威利羽绒服8折/企鸿岛、稻草人羊毛衣1.5-1.8折/鸭鸭羽绒服38元/件/雀巢羽绒服99元/件/羽绒羽绒服特卖50元/件/雪中飞羽绒服特卖78元/件/雁皇羽绒服特卖98元/件

鞋包商场 吉丽、千百度、他她、09冬靴满200减100元现金/罗蒙、西甲09冬靴5折/露达、万里、富贵马、山百惠4折; 金利来、花花公子、罗特、斯加、5折; 花花公子女鞋4折; 艾玛、欧迪、木林森、布衣、希尔斯4折起/红牛鞋、美来、奇女、米来、迪而尔3折起/外交官旅行包4.2折起/布衣希尔斯138-248元/花花公子(女鞋)128-388元

独家特惠 TATA, 星期六80元起, 老人头女鞋38元起

家乐福 Carrefour

促销时间2010年1月22日-1月24日

家乐福给南京人民拜年了!

百分百新鲜 **生活必备** **超值特卖**

花生米 38.80	腊味五花肉 6.58	梁溪江苏散米 1.54	小尾羊排冻肉片 17.50	TCL BDD-202 两门冰箱 1699	欧然电水壶 CR1181 69
鱼排 0.47	红富士苹果 3.98	金龙鱼 2代食用油4L 41.50	蓝月亮洗衣液 38.90	汤锅 20cm(复底) 19.90	天马三层整理箱 69
西红柿 2.45	童子鸡 4.99	蒙牛高钙利乐袋 250g 1.90	维达2000 三层卷纸 19.80	汤锅 20cm(复底) 19.90	新西兰羊毛被 40*249

6条 免费班车线

家乐福 6条 免费班车线

家乐福 6条 免费班车线