# 假日经济与假日营销

来源：网络 作者：夜色微凉 更新时间：2024-01-23

*假日经济与假日营销 假日经济与假日营销 假日经济与假日营销 【内容提要】假日经济从实行双休日制度开始初见端倪，到去年国庆、今年元旦和春节渐成气候。面对假日经济，厂商应树立假日营销理念，假日营销注重研究节假日消费心理、消费方式、消费趋势，将假...*

假日经济与假日营销 假日经济与假日营销 假日经济与假日营销 【内容提要】假日经济从实行双休日制度开始初见端倪，到去年国庆、今年元旦和春节渐成气候。面对假日经济，厂商应树立假日营销理念，假日营销注重研究节假日消费心理、消费方式、消费趋势，将假日意识贯穿于整个营销过程的各个环节，以最好地满足消费者节假日需求为手段，充分把握好节假日商机。

【关 键 词】假日经济/假日营销/营销理念

一、假日经济的出现假日经济流金淌银的财富效应使百姓乐了、商家乐了、政府乐了。假日经济生成的原因是多方面的。为解决有效需求不足的难题，政府相继出台了一系列政策：加薪、降息、开征利息税、延长节假日时间、带薪休假等，这些政策的实施带来了假日经济的繁荣。加薪，使人们手中的钱增多了，支付能力增强了；降息、开征利息税，使人们对存钱失去了兴趣；近年来国家积极的财政政策和金融政策对刺激消费起了作用，今年的节假日销售明显高于往年；加之中国人过节的内俗习惯是带上礼貌走亲访友，看望老人，这也刺激了节假日消费；而延长节假日时间则为人们消费提供了闲暇，直接催生了假日消费的市场繁荣。由于生活节奏加快，平时大家都忙于工作，无暇消费，双休日、节假日才有时间购物，因此双休日、节假日商场客流量明显增多。并且，延长节假日不仅带来零售业节假日市场的繁荣，更重要的是促进了文化娱乐、旅游业的繁荣。

二、假日经济营销理念——假日营销

面对消费向节假日集中的趋势，面对假日经济越来越热的趋势，厂商应树立全新的假日经济营销理念——假日营销，假日营销注重研究节假日消费心理、消费方式、消费趋势，将假日意识贯穿于整个营销过程的各个环节，以最好地满足消费者节假日需求为手段，充分把握好节假日商机。具体而言，假日营销要求厂商注意做好以下一些工作：

（一）仔细选择可供利用的节日

企业主管不妨把一年中所有的节日都列举出来，仔细地加以分析、筛选和研究，看看是否有切入的机会。在对此分析中，应结合企业自身的情况、产品类型、消费习惯等选准时机，以便有利于发挥企业的优势，充分利用一切可能的商机。

最擅长“过节”的恐怕要数武汉广场，其策划部有世界各国、各民族节假日的“大全”，咱们自己的“土节”自然不会放过，诸如情人节、圣诞节、母亲节等“洋节”也通通拿来大做文章。武汉广场仅在去年圣诞平安夜，就销售了1000万元，而千禧之夜的销售高达1500万元。

（二）拟定节假日促销方案

企业应针对不同节假日的特点，事先做好销售策划工作，因为真正的成功往往只属于那些能准确地捕捉商机、有备而来者。

1.做好节假日前的广告宣传。很多消费类产品，如家用电器、服装、酒类、食品等都是一个节日消费观念，但这种节日消费并不只是短暂的一两天，而是在一段时期内均具有销售潜力，因此一定要事先发动先期的广告宣传攻势，引导消费者节假日的消费，促成销售旺势的形成。

2.举办节假日产品展销会。企业应选定合适的节假日，在商场门前或商场活动厅内举办产品展销会。展销会的形式要生动活泼、观赏性强、参与性强，这样才能吸引过往的顾客驻足观看。在产品介绍中穿插歌舞表演、时装表演等，进行现场有奖问答，让消费者在积极的参与活动中了解产品，认知产品，激发购买兴趣。

3.布置详和、热门的购物环境。良好的购物环境与氛围也是促成购买决策形成的一个因素，应对商场进行精心装扮，统一布局店面广告，商品陈列整齐美观，独具匠心地使用装饰品，如气球、灯笼、彩旗、霓红灯等，烘托出详和、热闹的节假日气氛。

4.恰当地选用各种促销手段。节日前，顾客们都持币待购，货比三家，指盼着能在节假日里花最少的钱买到称心如意的商品，得到最好的服务。假日的销售总量虽比平时多，但也有一定值。而且目前是买方市场，顾客挑选的余地非常大，谁家的优势大，顾客就会选择谁。这优势当中，价格是最敏感的因素，为了吸引顾客，厂商可以审慎地选用降价、优惠、打折、赠送等促销手段，把节假日的销售做得红红火火。

（三）开拓农村市场

在假日经济带来的消费潮中，农民也是一支不可忽视的消费大军。以彩电为例，近年来随着价格不断下调，一台29英寸平面直角彩电如今售价仅202\_多元。春节期间，在各大商场农民大量购买29英寸平面直角彩电，以致出现脱销。由此给我们一个启示，在关注农民消费水平提高的同时，也要关注他们的消费观念、消费方式悄然发生的变化。许多农民在购买大件商品时，往往愿意舍近求远到大城市的大商店里购买，因为这在农民们看来意味着享受某种档次、质量和售后服务。农民虽然没有放假的概念，但许多农民也喜欢在国庆、元旦、春节等喜庆节日里进城购物，假日营销不能忽视农民这个潜力巨大的消费群体。

假日经济这条巨龙更应“舞”到农村这片广阔天地中去。农民过节的意识比城里人更强，厂家、商家在节日期间应组织销售人员送货下乡，在广阔的农村市场找到应有的位置。为此，企业应调查分析农村市场的需求特点、收入水平、消费观念、消费习惯，并据此组织货源。农民朋友们喜欢的是经济实惠、耐用性好的产品，应把农民真正喜欢的商品送到农民手中，满足农村市场的需求。

（四）开发新的消费项目

节假日到了，人们在学习、娱乐、健身等方面的消费需求增加了，为假日营销提供了市场机会。近几年，在武汉市也逐渐兴起了一些休闲娱乐行业，如陶吧、健身房等，到了节假日，这些地方都是处处爆满。现代都市人在吃穿之外，更注重的是文化休闲、健身娱乐，因此假日营销在这些方面还需进一步开拓。就商家来说，可以发展休闲商业，积极挖掘现有设施的潜力，适时增加新的服务项目，促进商业与文化活动和休闲娱乐的结合，不断完善购物、餐饮、娱乐等多项服务功能。

（五）挖掘节日文化

每一个节日都有自己丰富的文化内涵，仔细挖掘节日文化一定能创造出无限商机。拿春节来说，今年春节一些精明的商家在春节文化上大做文章，取得良好的经济效益。中国过年风俗讲究年年有余（鱼），洋快餐麦当劳便在今年春节推出“年年有鱼——麦香鱼”，凡购买麦香鱼组合套餐的顾客可获赠一套优惠卡，内含24张优惠券，优惠截止日期是6月30日，那么要把24张优惠券用出去，顾客就需在202\_年上半年24 次惠顾麦当劳餐厅，手握着麦当劳优惠券，一般就不会迈进肯德基或其他土快餐店了，聪明的麦当劳在“年年有余”上真可谓放长线钓了一条大鱼。

传统的春节是以老人为尊敬的核心，作为儿女不论身在何处春节一般都是要回家看望父母的，“常回家看看”是春节文化的主旋律，武汉三五酒店顺应这一旋律，打出“母亲不用辛苦了，年饭请到三五吃”，除夕夜的年饭订单早在数日前就已告罄。春节文化和其他节日文化确实是篇大文章，仔细研究它一定大有“钱”途。

一年四季都有节日，每星期还有双休假日，厂商应树立假日营销理念，细心研究消费者节假日消费心理、消费方式和消费趋势，使假日经济成为扩大内需，拉动经济增长的良好手段。

收稿日期：202\_—03—27

【参考文献】〔2〕王旭.节日消费与商机〔J〕.商业研究，1999

（9）.

〔3〕佳佳.“假日经济”是篇大文章〔J〕. 中国第三产业， 202\_

（2）.

本DOCX文档由 www.zciku.com/中词库网 生成，海量范文文档任你选，，为你的工作锦上添花,祝你一臂之力！