

鲜花热销、旅游火爆、交通繁忙、酒店爆满……今年清明小长假迎来春节后第一个消费高峰——

商家狂打“亲情牌” 搅热“清明经济”

□ 钟 荷

今年是清明节成为法定假日的第三个年头,随着“小黄金周”到来,各大城市各路商家纷纷出招,想逮住节日商机,搅热“清明经济”。

鲜花大热卖

上海:

近年来,越来越多的人采用鲜花祭奠的方式,带动了鲜花市场的销售。一环保经济,二素雅美观。一位购花者记者表示,“菊花的价格在清明节时上涨,这是意料之中,就像情人节,玫瑰涨价一样。原来5.6元一扎的菊花,现在卖到9.10元,还是可以接受的。”

“如今提倡文明祭祀,走低碳环保路线,我觉得买束鲜花寄托哀思,比传统的烧纸钱好得多。鲜花看着漂亮,烧纸太污染环境了。”另一购花者表示,价虽略有上涨,但比预期的要低,在可接受的范围内。

“大家觉得香烛鞭炮、烧锡箔纸的祭祀方式已经过时了,现在扫墓也讲究低碳。烧纸钱放鞭炮有一定危险性,容易引发火灾,还是用鲜花祭祀好,既安全又美观。”一对夫妇道出了大部分购花者的心声。

在街上,很多花店门口都摆出了各式各样的祭祀鲜花,有常见的白菊花、黄菊花,也有各式鲜花精心搭配的束捧花,价格从低到高,满足不同需求。

“老年人大都选择普通的黄白菊花,这种最经济实惠,2元一支,10元一扎,清明节前两天还卖到过15元一扎。”一位花店店主表示,由于货源问题,百合花价格上涨很多,购花者普遍选择菊花。“年轻人和中年人比较青睐各品种混搭的束捧花,一来方便携带,二来色彩丰富,赏心悦目。”

瞄准“踏青”做文章

广西:

单纯的清明节主题,并不适合商业销售,在传统文化中,清明还有一个含义,就是踏青出游,于是,不少商家都玩起了“擦边球”游戏——弱化清明概念,转向瞄准踏青,巧借“春光”大做文章。

“虽然清明小长假的主题是扫墓、祭祖,但同时也是春暖花开、踏青旅游的大好时光,运动装备、户外用品的销

售已提前出现小高潮。”有商家如是说。在南宁步行街的一个运动品牌专柜,销售人员告诉记者,近段时间前来购买运动鞋的顾客比平时明显增加,其中不少是准备清明小长假外出踏青的。据悉,小长假期间,户外运动商品成了商家促销的重头戏,不少运动品牌都会有6—8折的优惠。

此外,由于清明小长假适逢换季时节,“春装打折”也成了各大商场的促销主题。“现在是百货淡季,正好可以借清明小长假造点声势,推动新上市的春装销售。”一家百货商场相关负责人告诉记者,为避免出现库存,已经有不少供应商开始主动拉低春季商品的价格了,希望通过大幅让利来刺激消费,消费者可趁此良机把自己“武装”一下。

不少商家认为,促销主题只是个统筹概念,并不重要,物美价廉的实惠商品才是市民最看重的,至于围绕什么样的主题来促销,市民根本不在乎,三天的小长假其实就是提供一个促销和购物的机会,目的是拉动消费,所以,清明小长假的主题促销活动除了踏青用品、休闲服饰的促销外,其他各类商品也都会参与到促销中来。

小长假催生短线游

安徽:

清明有了小长假,不少市民都准备趁着这个假期踏青。针对这种情况,一些旅行社也紧抓商机开拓新市场,推出清明踏青游、民俗游等,短线游产品成为清明节出游的热点。

“我们清明期间主推两日的短线



清明家宴受欢迎



鲜花大热卖

游。”“目前报名以周边踏青游为主。”……从安徽滁城旅游市场了解到,借着清明踏青、赏花的“由头”,滁城各大旅行社的踏青短线游吸引了众多市民的青睞,也让清明旅游在滁城整个清明小长假经济中“风景这边独好”。

“目前咨询和报名最多的也都是周边城市的短线游,目的地以苏州、杭州、婺源等地为主。而洛阳的牡丹、周边乡村的油菜花也进入了今年春游赏花的人气项目前列。”天长路一家旅行社负责人说,不超过500元的报价,让2日短线游勾起了不少滁城市民出行欲望。而在本地,“全椒桃园赏桃游”一经开始就吸引了万名游客,风景秀丽的琅琊山更是成了周边5小时车程城市居民踏青的“热宠”,连日来踏青的游客不断增多。

激化酒店生意

广东:

从广东汕头市各星级酒店了解到,清明小长假期间大批市民返乡祭祖,不少酒店住房爆满,出现“一房难求”的局面。

在采访中,不少酒店负责人纷纷表示,没想到今年清明节酒店行情这么火爆。记者了解到,一个月前,各酒店就陆续有客人打电话预订房间,临近清明节时不少酒店住房都已提前被订满。2日至4日,大批市民回乡祭祖,各大酒店均迎来了一个客流高峰,多数酒店住房率超过90%,有酒店的入住率甚至达到100%,客流量明显高于往年。金海湾大酒店负责人游经理告诉记者,入住的客人以散客居多,大部分客人都是返乡祭祖的市民。

金乐大酒店公关营销部经理沈川文说,由于返乡车流密集,高速路出现不同程度的塞车,部分客人因为交通因素取消住房,但前来咨询的客人依然络绎不绝。“今年的客流量格外多,酒店出现了‘一房难求’的局面。”沈川文告诉记者,今年清明节与复活节相连,香港从2日开始放假,假期长达5天,酒店入住的客人中就有不少是从香港回乡祭祖的人士以及从香港来汕旅游的客人。

酒店的行情火爆,房价也随之上涨。记者了解到,各大酒店房价出现不同程度的上涨,涨幅在40%到60%之间,有酒店的住房价格基本与春节长假期间持平。国际大酒店的负责人蔡小姐告诉记者,每间客房基本上涨100元以上。

低碳家电成新宠

山东:

随着低碳理念的深入人心,商家也适时引导消费,推出环保型的家电,“低碳家电”开始走俏。“世博家电很受消费者欢迎,追求个性、环保的消费者成为最大的消费群。”山东青岛国美市场部的王先生说,首批发布的7大类37个品牌409款世博会家电类特许产品已经全部进入青岛市场,所有产



踏青出游

品均由行业顶级生产商采用新技术、新材料制造而成,具备低碳、高品质、节能环保等特点。王先生预计,随着世博会开幕的临近,消费者对世博会特许产品的关注将越来越高。此外,针对清明节假日大量市民出游踏青的现状,苏宁也组织了一批价格便宜、品质优异的手机、数码、电脑产品放量优惠促销。

“清明假期,有不少消费者放弃了出游计划,代之以购物、聚会的方式来度过,带动了消费。”青岛市局有关负责人表示,经过两年培育,清明节零售市场已经初具规模。相信随着商家进一步加大营销力度和促销资源投放,不久的将来清明节有望成为不输于“五一”的小黄金周。

出游祭扫带动租车热

浙江:

在经历了前两次清明小长假的预热后,今年清明节前两周租车市场就已经显得异常火爆了。从嘉兴多家租车公司了解到,除部分商务车外,其他家用轿车早已经预订一空。而大多数用户在预订时都表示是用于小长假期间的祭扫和结伴出游。

随着假日经济的发展,市内短途、行程三四天的踏青赏花自驾游已经成为了清明游的主打。“目前租车业务量增长了近两成,大部分都是清明扫墓和春游的,因为是全家出行,所以一些空间大的车比较受欢迎。”诚志租车公司的工作人员告诉记者。

据悉,目前像捷达、富康、桑塔纳等经济型车型最受欢迎,这些车的出租价一天都在180元至200元,并且大部分已经被提前预订了。

福建石狮 崛起百亿服装辅料产业集群

15年前,福建石狮华联服装配件企业有限公司年销胶针根数开始超过全球人口,如今,华联年销胶针已逾180亿根。以华联为龙头的石狮服装辅料行业也迅速成长为从业人员近10万人、年产值逾百亿元人民币的产业集群。

华联靠不起眼的辅料小商品做出了市场,每天生产60多吨产品,雄踞国内中高端辅料市场,即使在金融危机中依然接到源源不断的海内外订单。

在华联的带动下,大批小五金、塑料配件、电脑绣花、商标、纽扣等服装辅料企业相继在当地建立起来。最初

这些企业多为家庭小作坊,主要为华联配套。随着石狮服装产业的发展壮大,全市服装辅料行业强劲增长,小企业纷纷上规模、上档次,形成了以“中国服装辅料服饰名镇”宝盖镇为中心的产业集群。

目前,石狮辅料行业拥有400多家生产企业,产品涵盖服装、鞋帽、箱包、家用电器以及汽车、手机、电脑等产品的装饰配件,基本形成从原材料供应到压铸成型、抛光、电镀、点漆、成品等加工工艺齐全的产业链。

华联公司董事长黄文远说,完整的产业链和高度专业化的分工给石狮辅料行业带来无可比拟的低成本优

势。铺锦村只有3000多人口,却有150多家以小五金配件为主的辅料企业,仅在广州就开了180多家店面。“这里生产简单模具的成本只要外地的几分之一,走出3公里,同类企业就难以生存。”

据统计,石狮服装辅料产品中的小五金配件占全国市场八成以上,1000多家销售网点遍布全国各大城市,产品出口欧美、东南亚60多个国家和地区。

近年来,辅料正从实用功能向装饰功能转化,辅料设计已融入服装整体设计之中,成为时尚、流行的关键元素,在这个意义上,辅料正日益“喧宾

声音:

开发清明经济 细分消费群体

陕西师范大学文学学院的李教授表示,清明节虽是一个祭祀的节日,但自古祭祖都是和踏青结合在一起的。从经济的角度看,祭祀也是从古至今都和消费相连,因此大可不必把祭祀当成清明节的唯一内涵,而是可以赋予其更为广阔的涵义,以利假日经济的形成。

如今,小长假使得清明节不仅具有传统的文化内涵,还赋予了一种全新的度假方式,也成为了餐饮业一个新兴经济增长点,给餐饮企业带来了更多商机,小长假带动的“清明经济”也日渐凸显。

西安文理学院人文学院的王老师分析说,除了挑大梁的“清明家宴”,商家不妨做一些晚辈感恩的文章。

集大财经学院林枫老师说,随着社会进步和经济发展,清明经济将越来越具规模,蕴含着诸多亟待开发的商机。清明节正值人间四月天,很适合踏青、春游、交友、购物,在古代也是踏青的季节,因此,可以对清明节进行重新定位,商家也应多花些心思,推出更多让消费者乐于接受的促销方案,把“清明经济”这个产业链做大。“一个情人节,就可以营造出那么多消费亮点,清明节牵涉的面更广更深,又有3天时间,是可以制造出很多商机。”开发“清明经济”时应以低碳为重点,例如推出易于携带、有益健康的清明食品礼盒,以取代“烧豪宅”之类的不环保消费。

旅游界人士谢先生则认为,清明节市场要进行细分,找到适合它的消费群体。这样的群体有两个,一个是家庭,一个是青少年。清明节对很多年轻人而言就是一个消费、运动、游玩的季节。如果商家对市场进行了很好的细分,明白谁可以消费、在哪里消费、消费什么后,就可以凸显出清明元素,形成一个大市场。

清明节由来

清明节大约始于周代,已有2500多年的历史。关于“清明”的最早文字记载出于西汉刘安的《淮南子·天文训》:“春分后十五日,斗指乙,为清明。”它包含两个意思,一是节气,二是节日。二十四节气演变为节日的只有“清明”。清明节,又叫踏青节、三月节、祭祖节、扫墓节等。清明节在古代不如前一日寒食节重要,因为二者日期接近,民间渐渐将两者的习俗融合。到了唐宋时期,清明节和寒食节便渐渐融合为同一个节日,成为扫墓祭祖的日子,即今天的清明节。

世博商机推动 经济型酒店列队上市

继如家和7天之后,汉庭成为第三家在美国上市的中国经济型酒店企业。群雄割据风云暗涌。从最初的简单复制阶段发展到资本整合阶段,一个有关经济型酒店的大一统时代或即将来临。

世博带来新一轮商机

在中国酒店业遭遇了金融危机打击的同时,经济型酒店却是走势完美。尤其是进入今年1月以来,世博会为经济型酒店带来了新的机遇。数据统计,目前世博会期间的酒店预订量大涨35倍,对去年12月达近4倍,不少经济型酒店的客房预订量已经达到了去年同期的8倍。

对比中高端酒店30%左右的预订率,优势显而易见。数据表明,目前国外经济型酒店一般要占酒店市场份额的70%,在国内这个比例尚不足30%。而中档经济型酒店到2009年年底占国内市场份额还不足40%。

面对巨大的空缺,不少经济型酒店借势2010年上海世博的推动,更加速其在一线城市的扩张。

据悉,按照发展规划,到2010

年年底,锦江之星包括已开业在内的签约酒店将达到600家,3至5年内将发展到1000家。

或引发行业格局洗牌

据了解,汉庭上市后,开盘首日交易量已经达到58287万股,收市交易价1392美元,涨幅1363%,首日表现堪称完美。

而在汉庭之前,7天连锁酒店、如家已登陆纳斯达克、锦江之星回归A股,莫泰等经济型连锁酒店品牌也在摩拳擦掌中。“从年初尚客优获得风投的框架协议到如今汉庭在美成功上市,中国经济型酒店在平静的表面下暗藏玄机。”

“品牌经济型酒店获得资本市场的支持后,先上市企业就具有先发优势,未上市品牌在未来3-5年有被强势品牌重组瓜分的可能,区域性的经济型连锁酒店很难摆脱被大鱼吃掉的命运。”

在不少业内人士看来,经济型酒店巨头轮番上市,或可能引发行业格局洗牌。此番汉庭上市后,可能会引发扩张潮。

夺主”,成为服装品牌在激烈市场竞争中的制胜筹码。

石狮市经济局副局长林金场说,经过多年发展,石狮辅料行业已日趋成熟,应进一步做大做强。针对市场建设相对滞后的状况,市政府正加速推动辅料专业市场建设,以此来规范、整合、提升整个辅料行业。

身兼石狮服饰鞋帽辅料行业协会会长的黄文远说,由协会牵头建设的辅料专业市场建成后将成为拥有2000多个店面的配套超前的专业市场,必将推动石狮加速迈向全国辅料研发、生产、销售中心。

(巫奕尧