



【策划语】

一年一度清明节又将来临,伴随而来的“清明经济”效应也在逐渐升温。清明节是我国重要的传统节日,值得商家重视。商家欲在“清明经济”中赚得盘钵满满,就必须先炒热“清明经济”,抓住清明节的机遇,把“清明经济”的蛋糕做大。

“清明效应”日渐凸显 各路商家紧抓商机



一年一度的清明节又将来临,伴随而来的“清明经济”效应也在逐渐升温。清明节是我国重要的传统节日,这也吊足了各行商家的胃口。

纸钱鲜花生意火

每年清明时节祭扫祖先,很多人都会选择焚烧祭品的传统方式。在一家卖纸钱的铺子里,店老板介绍说,由于自家生意经营多年,在门口挂上一串纸钱就相当于店名了。“现在可以说是销售旺季了,我们这儿都得赶在清明节前上坟,所以最近顾客比较多。”除了传统的冥纸、“元宝宝”,鲜花祭扫也逐渐流行起来。在市区公园中路,不少花店都将菊花、百合等素色鲜花摆放在显眼位置。工作人员介绍,清明临近,不少市民提前预订花束,基本都是用于祭扫的素色鲜花,尤

其是菊花,预订量比平时翻了一番。

祭祀糕点卖得俏

如同中秋吃月饼、端午吃粽子一样,吃青团,是清明节的特色之一,清明祭扫总少不了糕点。清明节临近,很多超市、大型农贸市场都早早摆上了青团、圆子等糕点,且销量比平时增加不少。

与糕点同样受热捧的还有水果。日前,记者走访发现,市区大大小小的水果店都做足了准备。据水果店老板介绍,清明节临近,苹果、香蕉、鲜桂圆等水果卖得很好,部分市民选购水果用于清明祭祀,还有的用于清明一家团聚时招待家人及亲朋好友。

清明套餐预订热

商家搅热“清明经济”

清明节是踏青扫墓、追悼先人的祭祀节日。清明假期,很多在外地工作的人都会赶回来祭扫先祖,家庭成员一起扫墓,不仅表达了对逝者的缅怀之情,而且还增加了亲友间的交流,不少人将这一节日当作与家人团聚的好时机。

亲人团聚免不了“团圆饭”,充满田园风光的农家乐特色餐饮成了不少市民的首选,一家农家乐的服务员告诉记者,清明期间,小包厢大多被预订了,客人都是来吃“团圆饭”的。同时,不少饭店瞄准这一商机,在清明期间推出清明套餐,打出温情牌招揽客户。

踏青短线游最受宠

虽然各地清明节习俗不尽相同,但扫墓祭祖、踏青郊游是基本主题。且四月清明,春回大地,到处呈现一派生机勃勃的景象,正是郊游的大好时光。3 天小长假,除了上坟、扫墓外,市民也会借此机会短线郊游踏青。

通过走访多家旅行社,记者了解到,清明节前旅游市场开始升温,市民提前预订旅游产品的意识越来越强,今年市民开始预订清明期间旅游线路比往年更早一些,主要以周边中短途自助游为主,以家庭为单位的“扫墓+旅游”是主流,赏花踏青将成为市民出游首选。

超市商场争抢清明商机推促销

据家乐福相关工作人员介绍,除了烤乳猪,家乐福还为市民准备了各式各样的清明祭祖供品,如烧鸭、烧鹅、烧肉、甘蔗、苹果、柚子、豆沙包、莲蓉包、发糕、烧酒等,随着节日的临近,销售额也较此前有所增长。

而为了应对清明节,不少超市和商城也趁机争抢商机。记者了解到,包括家电、服装等生活类商品都展开了促销活动。“每到节日,我们都会推出一些促销活动来吸引消费者,毕竟小长假还是亲朋好友聚会的日子,同时也有很多没有回乡的消费者留在城里,因此也会逛街。”广州某百货相关负责人表示。

广州友谊商店相关负责人告诉记者,按惯例,清明假期只有三天,市民要么拜山,要么旅游,因此不少商家对销售的预期也不会太高。虽然此前“三八”节的销售情况不错,但由于今年百货业的形势没有缓解,商家整体打折促销跟往年相比还是会多一些。

【声音】 围绕主题 发展“清明经济”

随着“节日经济”的日趋火爆,清明节也适时加入。许多人认为,清明节这么过,发展了经济却丢失了内涵。

秦先生认为,清明节本是悼念祖先的时节,现在随着社会的快速发展,多数人上坟都是形式主义,之后就是各种各样的享受,完全颠覆了节日的基调,改变了节日的意义,传统文化遭到破坏。

多数市民认为,商家大可以做清明文章,但在策划、宣传上需要围绕主题。清明时节有两个主题,一是祭祖,二是踏青,两个方面商家都可以做文章,祭祖时避免形式化,可以通过清明这个时机,让孩子多了解中国清明文化;商家可以开展红色旅游业,祭奠自己祖先的同时缅怀每位为国家献身的烈士,对孩子的教育和素质的提高都会起到促进作用。中国传统文需要得到继承,发展经济也需要围绕主题,传统文化融合经济发展,可以更好地催动清明经济。

(石磊)

【相关链接】

开发商清明节不急销售 为“五一”急蓄客

清明节在往年未受到开发商重视。今年,清明节有了三天小长假,这让开发商有了更多期待。但据记者收集的消息,惠州开发商并没有就此给出诱人的折扣和优惠,而频频以启动认筹、开放示范区及营销中心等各类蓄客手段为主。业内人士表示,开发商密集清明节蓄客,或为冲击“五一”市场。

清明节启动认筹

3 月 30 日上午,细雨绵绵。南部新城的鸿润壹韵开放营销中心暨启动认筹,工作人员和保安打着雨伞不断往返停车场售楼处接送来访客人。

水口的海伦春天叠墅样板间也对公众开放,为增加人气,开发商在现场加入了私人飞机和航空模特展览,引来众多市民。

博罗的金裕汤泉小镇营销中心也顺势开放,宝马车展以及现场来自香港的专业漂移赛让现场人气较高,开发商还给到场的客户提供免费自助餐。汤泉小镇营销总监徐毓斌表示,项目赶在清明节前开放,希望在清明期间开始认筹,预计 4 月底发售。

此前几天内,瑞峰公园里、玉台华庭、大新城、百汇新城也启动了类似的营销活动,都已启动认筹以及开发展示沙盘为主。与此同时,中洲中央公园、奥林匹克花园、中楷华章、东江学府也在清明节之前加推新产品启动认筹,其间也有一系列持续的小活动。

据记者了解,除德威摩卡小镇启动减 500 元的优惠,以及半山一号推出 5 套特价房外,清明节期间,惠州开发商并没有给购房促销折扣。

为“五一”发力做铺垫

国五条及实施细则的出台,并没有给惠州市场应有的震动,更未出现同期的观望潮,反而因为二手房 20% 个税悬而未决引发购房热潮。近期多个入市刚需项目入市即遭哄抢。

业界人士认为,开发商之所以密集地在清明节推出营销,3 月中下旬刚需项目入市热销给了他们很大的信心。某地产公司营销总监说:“清明节历来并不是房地产的机会,惠州的原住民返乡祭祖拜山的比例较高,高速公路的免费又分流出部分断线旅游的市民,但预计还是有部分刚需客户借难得的假期去看看房子,项目展示面未开放,或者未启动认筹的话,机会或许就错过。此外,清明节期间启动认筹,也是为 4 月下旬或者‘五一’市场开盘以及做新营销措施摸底。”

据了解,除金裕汤泉小镇项目以纯别墅为主外,其他项目均以刚需户型为主。资深深地策划人范志洲认为,这些在认筹的项目肯定会在 4 月中下旬或者“五一”节点入市,届时将不免一场“争夺战”。(蒋奇志)

【营销课堂】

清明节营销, 如何打响 年度营销开关之战!

“一年之计在于春”,很快就将迎来 2013 年清明节假期,清明节是继春节长假之后,第一个小长假,很多经营者,都希望在这个连续三天的假期内,搏一个好彩头,打响年度营销的开关之战!

3·15 之后,几乎各行业经营者,都紧锣密鼓地筹措清明节商业活动,不惜大量投入人力、物力、财力,希望在清明节为企业带来可观的销售额。

尽管清明节营销在企业年度销售中的作用越来越大,可谓是年度营销的开关之战,但是中国百姓数十年来养成的消费习惯,很难让清明节变身“消费节”!

中国社会的消费高潮期有几个时间段,春节、国庆、五一是相当重要的,另外就是暑期(7 月、8 月),而清明节虽然有三天的时间,但目前还难以撼动几个主要消费期在消费者心中的地位。

白热化的市场竞争,让消费者愈发理性,清明节期间,消费者游玩逛街,多数是以休闲为目的,而非购物消费,这个时候,商业活动以促销为目的,显然不合时宜。

此时做促销,力度小,消费者没兴趣,还会带来负面影响;力度大,那么随后的五一和暑期,该怎么办呢?

因此,清明节营销,承上启下才是关键,巩固春节期间及前一年度积累下来的客户,为后续到来的五一和暑期等两个消费高潮期做铺垫,才是重中之重!

清明节虽然不是消费高潮期,但却是左右消费者决策的重要时期,如何做好清明节营销,对企业的年度销售,有着关键的意义。

清明节连续三天的假期,给商家或企业提供了一个非常好的向大众展示自身的机会,因此,清明节营销,应本着以下几个思路去制定。

- 1)老客户回馈,展现企业、商家亲和力,制造口碑效应。
- 2)新客户吸纳活动,办理会员卡,收集潜在目标用户信息。
- 3)开展小范围、高力度的营销活动,扩大目标客户群影响力。
- 4)开展实实在在的免费试用,免费抽奖等活动,提升品牌形象。 (梅州)

清明假期催火租车市场

一年一度的清明节即将来临,这也是高速公路节日免费政策推出后的首个清明节。以厦门为例,受高速免费利好影响,不少市民开始筹划租车回家扫墓、踏青和游玩。

高速免费催火租车生意

近日,张女士租了一辆现代瑞纳,准备开车回老家过清明节。“往年都是选择坐客车回去,今年清明节高速公路不收过路费,租车回老家,除了祭祀还可以自驾游一番,既省钱又方便。”

从多家租车公司获悉,今年清明期间首次高速路免费,选择租车回家和外出踏青、自驾游的人增多了不少。多家租车行的租车率均已上升。

家庭紧凑型轿车最走俏

业内人士表示,清明节租车主要有商务车和经济型小车两种,从多家租车公司的情况来看,目前最受市民热捧的是家庭自动挡轿车,商务车由于耗油大、租金高,租的人相对较少。

“目前租得最多的是现代瑞纳、伊兰特和丰田卡罗拉等车型,这些车比较省油,租金也适当,比较符合家庭使用,最热的车型目前已经快租完了。”

火爆的需求令租金水涨船高,业内人士介绍,近年来租车市场逐年升温,而今年清明假期小型车在 4 月 4 日零时至 6 日 24 时可免费通行,租车市场迎来小高峰实属正常,价格上涨在所难免。(陈思亲)

“代理扫墓”突围清明经济



临近清明,又是传统的祭扫之时。继绿色祭扫、网上祭祀等新兴祭祀方式近年来开始兴起之后,一种代理扫墓的业务开始出现,这一现象也引发了社会争议。有人直言祖先之祭不可假他人之手,否则为不孝,也有网友认为,时代、环境在变,有时身在国外或琐事缠身而无暇兼顾,代理扫墓也是可以理解的。相关社会专家表示,不能完全否认“代扫墓”做法,但也不能为图便捷而抹去对亲人的哀思。

3 月 28 日,记者在淘宝网中搜入关键词“代扫墓”,发现此类代理扫墓的“跑腿”网店并不占少数,其服务项目也一应俱全。记者了解到,这些业务包括了拍照、电话通话;烧一株香、五刀烧纸、本人提供基本贡品、香烛、鲜花、冥纸等;三鞠躬;打扫墓碑、以及附近杂草;扫之前之后图片;坟

头周边视频 1-5 分钟整个持续时间大约 20-30 分钟等服务。整套流程的价格一般为 500 元左右。然而,这种新兴的“代扫墓”业务并没有被人们所认可。

记者发现,此类“代理扫墓”淘宝店近一个月的成交记录几乎为零,少数几家店铺的成交量也仅一两笔。杭州某淘宝店店主告诉记者,“代扫墓”业务早在去年就出现了,但是很少有人来问,更何况已经有了。“可能江浙一带的传统观念还很重,不能接受这种方式有关。”该淘宝店主向记者解释其中的缘由。

记者随机采访诸多杭城市民,发现大多数市民对此祭祀方式并不赞同。“这怎么能找人代替呢?”杭州一位年近六旬的刘师傅听闻此方式后略显激动,“一年就一次扫墓,如果没有时间来扫墓,找个不相关的人有点‘离谱’了。”

家住杭州拱墅区的杜女士也表示认同,她认为,清明代表着对亲人的追思,不能说不去了就随便找个人来代替。“而且,拿这个来赚钱也或多或少存在争议。”

在采访中,仅有少数市民表示赞同此种做法,他们均表示,如果心里真正怀有对



新兴祭祀遇冷

先人的尊敬和思念,且没有时间参加,请人代理扫墓未尝不可。

专家看法

对于淘宝代购扫墓服务的现象,上海市殡葬行业协会会长王宏阶表示,如果是单纯地作为买卖交易行为,他并不主张。

王宏阶告诉记者:“我们碰到过很多人在海外,清明冬至实在赶不回来,请公墓代为献花祭扫的,像像海海古园就可以为客户提供这样的服务,祭扫完成后将祭扫现场的视频发给客户,收费方面也只是象征性的收费。如果这种情况,我觉得可以理解。”但对于“有条件去扫墓不去”,只是简单通过网上交易付钱请别人代为扫墓的情况,王宏阶并不主张,“在网上高价销售这种代理扫墓服务的卖家行为,不仅哗众取宠,也违背伦理道德。”

对于这种新兴的“代扫墓”业务,浙江省社科院调研中心主任杨建华也非常关注。他表示,不能完全否认这种做法,但不能因为图便捷而抹去对亲人的哀思。

杨建华认为,清明节作为中国传统节日,表达的是人们对亲人的孝敬、对生命的敬畏之情,还有感恩先人、思考生命的含义,同时清明上坟也体现了家族的凝聚、团结,“如果有时间还是尽量为亲人去祭拜上坟。” (夏毅)