

贵州、福建等地近日陆续推出“空气罐头”吆喝旅游

# 宁波山水如何秀出生态牌?



雾霾天气频频来袭,全国各地各种“空气罐头”应运而生。最近,贵州、福建、栾川、临安等地的旅游部门都推销起了地产“空气罐头”,一股空气旅游营销的旋风正在席卷全国。“东方商埠,时尚水都”的宁波从来就不缺好山好水,事实上余姚、象山两地早在去年就做起了空气营销的文章,空气化金的时代渐行渐近。

记者 周雁

## 象山、余姚借优质空气 推旅游营销受宠

虽然没有制作“空气罐头”,但我市旅游资源丰富的余姚、象山两地早在去年就瞄准雾霾背后的商机,做起了旅游营销的文章。

2013年与2014年春节,余姚连续推出了“远离城市雾霾,美丽余姚过大年”活动,这一主题包装的旅游产品,深受周边城市居民的青睐。今年春节黄金周,余姚共接待游客21.9万人次,同比增长46.1%;旅游收入2.02亿元,同比增长46.38%。

余姚旅游局市场科科长葛文龙表示,“好空气”只是余姚旅游营销的一个载体,更深层次打动游客的是对年节文化的挖掘,余姚旅游景区、古村落对中国传统文



象山优质的空气质量吸引专业选手开展帆船运动。

化的包装勾起人们对春节的记忆。”

象山去年包装推出了“洗肺发呆看海”的经典游线。2013年“洗肺看海”引爆旅游市场。全年接待游客1280万人次,旅游经济收入121亿元,同比分别增长40%和30%以上,成为旅游业发展最快的一年。

“洗肺看海”不仅停留在口号上,象山对旅游产品的开发与包装与时俱进,并延伸到了旅游休闲度假、养生养老等健康产业,打造出了春季家庭休闲、夏季滨海度假、秋季婚恋旅游、冬季海鲜养生等四季旅游产品。各类新业态上,游艇海钓、时尚露营等项目方兴未艾。

## “好空气”为何成了有价的商品?

事实上,“空气罐头”并非新鲜事物,最早把新鲜空气装到瓶子里当罐头出售的做法,

是一位美国人在富士山旅游时萌发的创意,并且在日本产品化后非常畅销。在国内,2006年就有商人策划销售“世界杯空气”,后因为工商注册问题不了了之;企业家陈光标也以公益形式卖过空气罐头。为什么如今“好空气”成了有价的商品呢?这或许与大气污染使得好空气成为“稀缺资源”有关。

象山县旅游局局长孙松娥在接受记者采访时表示,生态环境是一个区域发展核心竞争力的体现,也是最大的红利之一。象山以优质空气风光资源吸引到游客,带动了旅游业发展。旅游业又是现代服务业的龙头,可以拉动方方面面的消费。延伸开去,优越的旅游投资环境也将吸引各类资本掘金象山旅游业,进而推动象山旅游业和现代服务业的全方位发展,助力象山打造独具魅力的宁波品质后花园、长三角金色海湾休闲区和中国第一的海洋度假旅游目的地。

## 专家解读

“空气罐头”有人视为对多地堪忧的空气质量嘲讽,有人称赞其创意独特。不可否认,空气罐头抓住了城市人群对清新空气需求这一特点。在空气罐头风靡的当下,空气营销是否应该进行到底?

浙江大学宁波理工学院管理学院旅游与酒店管理研究所讲师陈荣认为,“空气罐头”是

## 除空气营销外,还应突出宁波特色

一个成功的营销案例,随着罐头的销售流通,无论是炒作还是有实际市场需求,这一载体对提高地域知名度与关注度都有博人眼球的效应。

但说到宁波是否可以卖“空气罐头”,她觉得并不具备优势。“我们可以在此基础上进行头脑风暴,卖其他的东西,寻找一个有大众需要又有宁波优势的物品,进行包装营销。比

如把宁波的一些徒步古道在一个球上汇集,制作成徒步球的旅游纪念品,甚至把徒步道融入手机游戏中去。”陈荣认为一个旅游城市如果没有标志性的旅游纪念品,那一定是有缺憾的。宁波的品牌是什么?特色是什么?如何将其融入到旅游纪念品中,运用到旅游营销中,有待业内各方深思。

## 相关背景

3月中旬,福建省旅游局在北京推介“清新指数”,现场拿出150罐从福建空运来的“清新福建”空气罐,让参会人员开罐“品尝”。

3月20日,贵州也开启了“空气罐头”计划,7天内面向全球公开征集“贵州空气

## 各地频推地产“空气罐头”

罐”创意设计,计划使其成为当地特色的旅游商品。

同一时间,河南栾川县旅游工作委员会等部门也专门去了当地老君山景区寻找最干净空气,用于制作“空气罐头”。

3月29日,临安市旅游局推出的“空气罐头”内装200毫升“好空气”,售价暂定为10元。这是我省第一款“空气罐头”诞生,并且在西湖边试水营销。临安还推出了吉祥物“氧吧宝宝”同步营销。

## 江北首推15个一级开发地块

商报讯(记者 钱奕男 通讯员 吴红波)昨天,江北区举行春季土地项目推介会,奉上了新一轮土地盛宴,包括首次推出的15个一级开发地块项目。

这15个重点推介的一级开发项目,分布在姚江新区、核心滨水区、北门户商务区等区域,出让总面积超过4500亩。这其中包括,长兴路中段两侧旧城改造地块、宝记巷周边地块、义庄巷地块、原供销社地块、甬江北岸启动区一号、二号地块、老火车站及周边地块、潮头阁周边地块、大庆新村二期地块、白沙菜场地块、天水以北李家改造地块、庄桥冯家旧村改造地块、大袁陈地块、庄桥火车站周边地块和洪塘下沉地块。

江北区商务部门有关负责人称,探索土地一、二级联动储备开发成为江北区今年的招商重点。江北区将在区域部分地块实施土地一级开发模式,导入民间资本,一体化推进征地、拆迁、补偿、规划设

计、市政基础设施、公共配套设施和环境景观建设,提高土地开发效率。

昨天的土地推介会上,江北区还推出湾头休闲商务区、核心滨水区及周边、宁波北门户商务区及周边、宁波(江北)高新技术产业园、慈城新城等11个区块内57宗出让条件成熟的地块。推介会吸引了包括九龙仓、世茂、港中旅、绿地等国内外知名开发商参加。

## 相关新闻

### 今年我市国有建设用地 供应量下调两成

商报讯(记者 孙美星 通讯员 楼立明 向球)昨天,宁波市国土资源局公布了2014年度国有建设用地供应计划,2014年全市住房用地计划供应总量1299.92公顷,总量下调超两成。

宁波市2014年国有建设用地供应计划总量为4026.08公顷,比2013年实际供应

量减少23.89%。

国土部门分析,2014年全市国有建设用地供应计划与前5年平均供地量相比,从总量上看,减少1169.73公顷,减少幅度为22.51%。从具体用途来看,商服用地(即商业、金融业、餐饮旅馆业及其他经营性服务业建筑及其相应附属设施用地)增加比例最多,增幅为58.96%,其次为普通商品住房增幅13.30%;数量下降的主要是公共管理与公共服务用地、交通运输用地和水域及水利设施用地,分别减少66.72%、47.85%和48.57%。

从空间布局和地区年度变化来看,各县(市)区中供地计划总量最大的是慈溪市,计划供应用地725.01公顷,其次是鄞州区671.99公顷、市本级474.31公顷。计划供应面积最少的是镇海区,为219.17公顷,南三县(市)面积接近,均在300公顷左右。与前5年实际供地量平均值相比,只有宁海县有所增加,增幅达27.80%。

## 清明已近 特价机票仍不少

商报讯(记者 周雁)清明小长假已临近,但“逢假必涨”的飞机票,却迟迟没有调价的迹象。记者获悉,今年春季,国内机票整体价格低于往年,即使在春季三个小长假前后,涨幅也十分有限,接近淡季水平。业内预计,进入4月中下旬,随着商务出行人数增加,机票价格可能会上调;有旅游计划的市民,最好抓紧购票,错峰出行。

携程网信息显示,4月5日清明小长假首日,各条旅游航线价格普遍不高。如宁波飞大连,最低仅2折,230元;宁波飞成都,最低3.7折,563元;杭州飞三亚,最低4折,750元;宁波飞广州,最低2.5折,300元(以上机票价格不含税)。小长假期间,宁波来回青岛不含税最低票价500元左右,仅为单程高铁票价。

业内专家告诉记者,清明假期机票价格“涨不动”,主要和市民更倾向于选择周边短途游以及近期国内航空公司新开航线较多、运能大幅增加有关。另外,年初中央发文要求严控机关差旅费,也带动许多商旅客人转而预订低价票,拉低了机票的平均折扣。

## 互联网“宝宝们”不及银行系 节前银行理财产品收益上涨至6%左右

商报讯(记者 王婧)虽然季末效应已过,银行理财产品的收益稍有回落。但昨天记者走访宁波多家银行后了解到,随着清明小长假的来临,依然有不少产品的预期年化收益在6%左右,吸引大量投资者购买。与之形成鲜明反差的是,近期互联网金融理财产品的收益仍在下滑,有六成产品跌破了5.5%。银行系“宝宝们”却较为抗跌,收益已普遍高于互联网“宝宝们”。

从3月下旬开始,在银行季末、月末揽储时点的推动下,银行理财产品的收益率开始水涨船高。

据金牛理财网统计,截至3月28日,上周(3月22日~3月28日)112家银行共新发非结构性人民币理财产品1052款,环比增加近四分之一。从收益率分布来看,高收益产品数量增多,收益率超过6%的产品市场占比涨至13%。

与银行理财产品近期的高收益相反,互联网金融理财产品自3月以来全线回落至“5”时代。

根据4月1日互联网基金收益播报,包括余额宝、苏宁零钱包等在内的绝大多数互联网金融理财产品7日年化收益率均跌破5.5%,收益最高的是“京东小金库”,7日年化收益为5.948%。

而银行系“宝宝们”的收益相对较高。4月1日,广发银行的“广发智能金”7日年化收益率高达9.683%,平安银行的“平安盈”为6.164%,而兴业银行的“掌柜钱包”则为6.155%。

## 股市点评

### 创业板指数中长期 依旧会看好

昨天市场继续平稳震荡,指数区分化依旧较为明显。以上证、深综指、沪深300为首的权重股类指数涨幅居前,而与之对应的创业板指数昨天的调整完全吞噬了前天上涨空间,疲态之势尽显。板块方面,房地产、银行、保险表现出良好的防守稳固的节奏;互联网、软件服务、计算机、医疗保健等前期累积涨幅较大板块个股出现明显调整。次新股板块随着IPO重启的再次临近也频频异动。

策略上,市场短期依旧以震荡为主,操作难度依旧较大,但随着时间的推移主线会逐渐清晰,起码目前主板市场和创业板之间的节奏已经明显地出现了分化。对于创业板指数中长期依旧会看好,但之前必然要经历一轮洗礼,因此对于持有前期涨幅较大的投资者依旧是先行撤离为主,中间出现的小反弹不具备博弈的价值;蓝筹股的改革会继续加深,这意味着这里面还存有一些相对确定的机会,轻仓的投资者可以考虑适当参与。

民族证券宁波营业部 本文仅供参考