



商家眼里的“妈妈经济”成色咋样？ 三四十岁的辣妈们最舍得花钱

□记者 史妮超

昨天是母亲节,记者走访发现,宁波各商家纷纷借着“妈妈经济”开展促销活动,鲜花、首饰等成为感恩消费的主力。



►鲜花送母亲。
新华社

鲜花仍为母亲节礼物首选

送一捧鲜花表达自己对母亲的感恩,成为不少市民表达孝心的方式。昨天,记者走访宁波多家鲜花店了解到,这几天鲜花的订购量明显增长,价格也有所上涨。

“康乃馨、百合、玫瑰等鲜花卖得最火,一般一束包装好的鲜花的价格大多在50元-70元。”琴桥附近一家花店老板表示,母亲节已经成为继情人节、七夕之后鲜花热销的节日之一。

化妆品、珠宝首饰也很热门

传统商超也踩着消费热点。记者昨日采访了解到,宁波不少实体商场也都推出了母亲节主题优惠活动,大多数品牌都参与满额赠礼、打折降价等活动。其中,化妆品、珠宝首饰成为今年母亲节促销的热门商品。

市民何女士昨天在银泰百货东门店给母亲和婆婆各买了一套化妆品,花了两千多元,“今年听了朋友的建议,给她们买些实用的礼物。”

“这两年越来越多的消费者会选择在母亲节来购买化妆品作为礼物,所以我们今年针对母亲节有力度较大的折扣。”银泰百货东门店一个国内化妆品品牌

看看商家们的“辣妈经”

“最舍得花钱的就是三四十岁的妈妈,她们平常就喜欢购物,母亲节促销力度比较大,借着过节的名义自然更要好好犒劳自己。而且相比老人和未婚人士,她们出手也更大方。”银泰百货天一店一家化妆品柜台的导购称。

1986年出生、已是一个4岁孩子妈妈的俞女士表示,母亲节在感恩母亲的同时,自己作为母亲同样需要被关怀。母亲节对她来说,不仅要准备礼物给自己的妈妈、婆婆,也会准备礼物给自己。昨天中午,她给妈妈挑选了一条2000多元的手链,给婆婆买了一台扫地机器人,给自己也捎上了一套化妆品。

四明路上的一家鲜花店老板告诉记者,今年的母亲节很多客户选择了个性定制。据店主介绍,今年的花束都会根据顾客的不同要求进行搭配,基本上以比较温馨的粉色系为主,品种主要有玫瑰、康乃馨、百合、芍药、洋桔梗等。

也有不少消费者通过网络平台订购鲜花。市民黄女士由于昨天恰逢出差,就在微信上的一个鲜花配送平台订购了一束芍药,“要让妈妈在母亲节当天收到祝福。”

的导购告诉记者。

此外,也有不少消费者选择珠宝首饰作为礼物。昨天上午,在二百一楼,记者看到有不少市民在选购珠宝。正在陪同母亲一起挑选的章女士告诉记者,母亲舍不得花钱买珠宝首饰自己戴,她早就打算送母亲一件合适的珠宝首饰,“平时可以戴,又有一定的保值性。”

“近期除了黄金首饰,一些镶嵌类珠宝也卖得不错。因为来购买的主要是比较年轻的消费群体,会兼顾珠宝的装饰性和保值性。”二百一位企划部人士表示。

据一位商场人士介绍,以前,母亲节主要的商业内涵体现在对母亲的尊重和关爱,主要营销对象定位在中老年女性群体。但随着母亲节消费氛围的逐渐成熟,这一节日的文化内涵也开始延伸,“80后”、“90后”这些消费观念更新潮的人群渐成母亲节消费主流,这一群体无疑比老一辈的母亲更有消费潜力,母亲节由此也成为立夏之后各商家争抢的又一节点。

与此同时,随着消费者消费观念的转变,母亲节不再只是一味强调中老年商品,而是转为家庭的消费体验,虽然商业气息还比较浓郁,但是比起前几年来,已经更为强调亲情、体验式营销了。

湾底村:都市里的“桃花源”

□记者 谢舒奕 通讯员 贾嫣娜

缀满枝丫的桑葚、七彩小番茄令人馋涎欲滴;鸬鹚捕鱼、磐谷等非遗表演一场紧接一场;四周碧水环绕,鸟语花香……都市里有这么优美的乡村风光,不禁让人想起了陶渊明的《桃花源记》。而它也有个颇为文艺的名字——湾底,5月份桑葚成熟是该村上半年最为热闹的时段,记者慕名前往。

湾底村位于鄞州新城区的东面,村庄面积不算大,名头却不少,是集农业观光、田园体验、文博展览等于一体的国家4A级旅游景区、国家级生态村,每天前来参观考察和休闲旅游的人络绎不绝。

如今的湾底已形成了“路在树中,田在花中,抬头见绿,移步换景,春有花,夏有荫,秋有果,冬有绿”的世外桃源般的美丽村貌。村里建立了单体面积大、植物品种多、智能化程度高的综合性展览温室——植物世界;引进了少儿职场体验项目——天

宫城堡;此外,宁波服装博物馆的落户、宁波市首个非物质文化遗产展示中心的开展,聚集了人气,增添了文化内涵。

其中,要数在村内的天宫庄园连续举办了13个年头的桑果节最为市民熟悉。也就是眼下这个时节,前往天宫庄园,游客除了可以采摘到紫红色的新鲜桑果,还能品尝到农家桑果宴,桑果炖鸡、桑果米糕、桑果甜品等“古灵精怪”的菜肴令人目不暇接,另还有鲜为人知的“凉拌桑叶”,“口感清爽,味道与宁波人常吃的香椿很像!”游客小路品尝后连忙“点赞”。



小而美的地方小吃 亟待升级

中国烹饪协会会长姜俊贤日前透露,该协会近日启动编写《中华小吃名录》,以规范名称、统一整理各地知名小吃,并从各地具有代表性的小吃品牌中优选知名度高、有发展前景的小吃企业及小吃产业上下游相关企业进行资源整合,将中国的特色品牌小吃推广到全国乃至世界。

姜俊贤在“首届中华小吃文化论坛暨中国烹饪协会中华小吃委员会成立大会”上,“十三五”时期,作为大众化餐饮的重要组成部分,小吃产业有着极大的市场空间,发展潜力无限。但是这一产业在发展过程中也存在着四大问题,具体包括:

——小而美的小吃企业出现单打独斗的现象,缺乏长远规划和营销战略,若想大规模发展略显势单力薄,缺少协同合作、团结共赢的平台;

——对于一些已经比较成规模的地方小吃,有的也缺少完备的竞争机制和规范化操作,上下游产业链无法有效衔接,在经营管理上存在漏洞,离现代品牌企业还有很大距离;

——一些老字号、传统小吃企业在营销过程中市场定位不足、营销观念陈旧、缺乏规范化操作,导致传统小吃文化、制作工艺及小吃品类的流失和湮没;

——很多特色小吃经营者从事这一行业仅仅是为维持生计,这些从业者中思考过品牌化发展的不多,而且行业内针对小吃的经营和操作也缺乏相应的行业标准,导致小吃市场出现鱼龙混杂的乱象。

姜俊贤表示,中国烹饪协会中华小吃委员会将引导行业自律,着力规范小吃产业经营者的经营行为,提高经营者管理水平。

同时,争取地方政府对小吃行业优惠政策制度化,为地方特色小吃企业的发展提供适度宽松的环境。

据新华社

我国4月份 出口同比增长4.1%

海关总署8日发布数据显示,继3月份出口增速首现九个月来的正增长后,4月份我国出口延续正增长的势头,然而进口依然疲弱,贸易顺差显著扩大。

4月份单月,我国进出口总值1.95万亿元,微降0.3%。其中,出口为1.13万亿元,同比增长4.1%。

招商证券研究团队发布报告认为,4月份出口增速基本剔除了季节性因素和基数因素,更为真实。从外围市场来看,4月份美国制造业PMI进口分项继续回升,欧元区制造业PMI基本持平,而澳大利亚、日本的相关数据下滑明显,显示外围环境依然偏弱,出口可能难现趋势性改善。

商务部研究院国际市场研究部副主任白明表示,4月份的出口基本符合预期,虽然比3月份的增幅收窄了不少,但依然延续了较好的态势,这样的增速可能成为未来的常态。

4月下旬,国务院常务会议推出多项政策措施促进外贸回稳向好,包括鼓励金融机构对有订单、有效益的外贸企业贷款,提高部分机电产品出口退税率,扩大跨境电子商务、市场采购贸易方式和外贸综合服务企业试点等。与此同时,CFETS人民币汇率指数连续五周创纪录新低,一定程度上也有利于外贸企业。白明向记者表示:“稳外贸政策力度有所加强、人民币汇率较去年同期走弱等,均是有利于出口的因素,但从政策出台到实际落地有效果,还需要一些时间。”

值得注意的是,中国外贸出口先导指数出现回升。4月中国外贸出口先导指数为33.8,较上月回升2.2,表明二季度出口压力有望缓解。根据网络问卷调查数据显示,4月份我国出口经理人指数、新增出口订单指数、经理人信心指数均有所回升,出口企业综合成本指数小幅回落。

然而,进口端的数据不及市场预期。我国4月份进口8275亿元,同比下降5.7%,导致当月贸易顺差2980亿元,显著扩大45.8%。

据新华社