商业消费周刊 Biz

◎以专家的眼光诠释商业动态

感恩母亲节

是一份贵重好礼

还是一句温馨的问候

在商业与文化间游走

第101个母亲节正款款走来,这样的话题再次摆到了每一个家庭的面前。这,已不是一个消费观念的话题,而是现代商业文明与都市人情感文化表达之间的碰撞。

每年,南京人都会用各自不同的方式度过母亲节。漫天的商业广告,不遗余力地鼓励消费者从购买赠送东西中获得高尚的感受,商家们也在这种全社会的亲情消费中掘得满盆金。然而,一年更胜一年浓的“亲情经济”,却让“妈妈”屡屡成为促销工具,母亲节的泛商业化趋势越来越引发争议。回报母爱,是否一定需要用金钱来经营呢?

母亲节最早的发起人是美国妇女安娜·贾维斯。1908年,5月的第二个星期日被定为了母亲节。但在创立之后不久,就沾上了浓厚的商业气息,不少商家以母亲节为由大肆炒作,以销售贺卡、糖果和鲜花等。这让母亲节的创始人贾维斯生前对此深感不安。附加了太多商业色彩的母亲节,让其逐渐偏离承载的文化象征。

母亲节的实质是什么?当然不简简单单的是日历牌上标记的那个星期天。粗浅的理解是:母亲节只是提醒大家要懂得疼妈妈,而不是提醒大家只在这一天疼妈妈。学者则认为,这是一个让社会公众表达对崇高母爱的价值肯定,当然,有一些物质载体作为表达渠道不是不可以,但母爱所需要的不仅仅是物质上的肯定,更多的是情感上的慰藉。如果过度进行商业炒作,甚至将物质作为唯一方式,实际上是把节日丰富的文化内涵商业化了。

不过,也应该看到,正是商业行为的推波助澜,才使得一个“小众”的节日推广至“大众”,从而生生不息,持续百年。全盘否定商业行为对节日纪念的功劳,同样有显偏颇。自古以来,中国人讲究的是拿捏有度,这一点,在节日消费的渲染和对文化的尊重上同样适用。

对这样的动向,商家也在调整和修正。印象中,中央商场曾在某一年的母亲节促销中,在商场醒目位置提醒“向母亲问候”。在追求商业价值实现的今天,仍不忘记提醒消费者对节日本身的尊重,这也应该算是商业文化的一个进步举动吧。

温馨的重归,让每一个人都倍觉亲切。

实际上,始于去年的对假日制度的调整,也延续了这种思路,在鼓励消费的同时,也没有忘记对传统文化的尊重与弘扬,端午如此、中秋也不例外。游走在商业与文化之间的节日消费,感觉越来越好。 **黄建军**

南京水游城 NANJING AQUA CITY
FAMILY SMILE 家庭欢乐节 万千笑颜聚水游
热卖专场 HOTSALE
HOT SALE
青山洋服携众多知名品牌倾情特卖! 5/8-5/17 活动地点:3F热卖专场
洋服の青山
西服 SUIT 3折
2,900元 870元
3,500元 1,050元
3,900元 1,170元
4,500元 1,350元
还有更多品牌 仅1-5折 90% 50%~ OFF
活动地点:3F热卖专场
献给母亲的礼赞
6月9日/10日
当日消费满200元 领取一份丝芙兰礼品
SEPHORA
5月9日开始
写给妈妈的话
Happy Mother's Day!
江苏银行信用卡活动
活动时间:5月1日-9月31日
活动地点:B2(BHG超市前)
江苏银行
新店开幕 NEW SHOP OPEN!
特有品牌店火热开幕中
开幕 mo tivi
6月 开幕 capelli newyork
6/5 开幕 donut time COFFEE+TEA
BHG Market Place 守望幸福 母亲节 Mother's Day
5月10日,凭BHG水游城当天购物小票,满128元即可获赠母亲节惊喜礼品一份,数量有限(200份),领完为止。小票不累计。团购、烟草不参加此活动。
5月16日会员日活动
水游城停车场 PARKING 5/11-8/31
■ 水游城营业时间内,VIP会员可以100积分享受单次6小时内免费停车;非会员消费满200元享受单次6小时内免费停车;其余顾客按2元/半小时停车计费。
■ 非营业时间内,所有车辆按2元/半小时停车计费,全天最高收费金额:40元/天
水游城电子杂志云集众多春季新品
地址:南京市建康路1号
www.aquacity-nj.com