



情人节撞上春节 谁家欢喜谁家愁?

花店生意遭遇冰火两重天

在新街口附近的一家鲜花批发店,记者看到满屋子摆放着大桶鲜花。老板却表示,这还不算多,他并不太看好今年的情人节市场。他从事鲜花生意十几年时间,从每年情人节订花情况来看,大学生群体的订单量能占到情人节整体订单的三到四成,而今年的情人节正处在学生放假期间,这部分订单就损失了。虽然可能会有少量的网络订单量,但是远不能和去年比。并且今年的情人节已经临近春节假期,不少公司都有可能给员工提前放假,这会让本来订单减少的情况更加不乐观。“虽然情人节的订单能比平时多10倍到15倍,但是花材损耗很大,基本上一万元的货要扔掉两千元的货损,利润可想而知。”老板说。

关于今年的鲜花价格,店老板表示,价格每天都有浮动,但是没有去年那么大的涨幅了。例如一把20枝的普通玫瑰,批发价格在六十多元,花店包装好后两三百元一束。而去年昆明大雪造成鲜花减产,当时一束普通玫瑰的批发价格都在120元到150元之间。从目前来看,今年昆明方面的情况还是比较稳定,零售市场也如此。通常情况下,批发价格在节日来临之前会有20%-30%的涨幅,零售价也会随之水涨船高。

“电商的兴起也影响了实体店花的生意。”该老板表示。前些年临到情人节前,鲜花供不应求,几乎开什么价都有人买。但是现在不可能了,不少人会通过网络来对比价格。网络订花在解决

地送花问题的同时,也分走了实体店的部分蛋糕。

在锁金村附近的一家花店,老板一边收拾刚到的花材一边向记者抱怨,今年情况并不乐观。学生放假影响很大,所以并没有多进玫瑰。多进了市民喜爱的百合、蝴蝶兰等春节喜庆花卉。“其实不单单花店,南林大、南师大这片的餐饮店、甜品店基本都做不了情人节的生意了。”该店老板表示。

尽管今年的情人节距离春节很近,从市场角度讲并不利于营销,但是近两年来通过微博营销在坊间颇受欢迎的南京本土花店卡琪娜,凭借其个性化的插花和精准的人群定位,依靠稳定的粉丝群,稳稳拿下了这个情人节的鲜花市场。

卡琪娜花店老板陈昊表示,该店情人节的预订活动早已启动,有个别客户甚至在去年10月份就已经预订今年情人节的鲜花。“我们培养客户的消费习惯是提前预订,这样对我们来说,可以有更充足的时间来为客户设计产品。”陈昊说。与其他花店逢情人节涨价的情况不同,卡琪娜坚持节日不涨价。在节前还推出预售活动,价格要比平时便宜一两百元。“提早预订会有优惠,从目前预订量来看,这个情人节情况还是不错的。”据了解,为了保证产品质量,去年情人节时卡琪娜在节日三天前就停止接单,而今年也会根据实际预订情况作出相应的调整。记者了解到,南京几家品质较好的中高端特色花店的情人节预订情况受影响也不大。

对鲜花行业来说,情人节绝对是每年的重头戏。不过2015年的情人节似乎有些“不妥当”,春节未到情人节先到,而且挨得那么近,作为情人节主力消费群之一的大学生们大都已回家过年,于是一些依靠大学生群体做市场的中低档花店遭遇了一个“难得”的“没有情人的情人节”,订单因此锐减,然而那些走定制路线的特色花店,倒是因为受众消费层次较高、注重生活品质,稳稳地发挥了一把“粉丝经济”,显得异常忙碌。

南京各大商场更是巧妙地将“春节消费季”悄悄拉长,把情人节也纳入了“春节消费”的行列,紧紧地抓住年关消费的最后一波高峰。

现代快报记者 王立航



热了化妆品、饰品 冷了情人节餐饮套餐

品到底是为了情人节还是过年。过年前本来就是消费的高峰,一方面是筹备年货购置贵重饰品,另一方面很多人也会选择在年终奖到手后买礼物慰劳自己。”某黄金专柜导购说。

在某黄金饰品专柜,导购正在热情地跟消费者推荐黄金产品。记者注意到,除了为结婚挑选金饰的新人外,亲子群体和白领一族都是热衷黄金消费的群体。据了解,寓意吉祥的羊年金饰品非常受欢迎。小羊造型的挂饰、手链等都是热销的产品。而金价处在低位,只有三百多元一克,也是不少市民决定入手的原因。决定购买一款名为羊年大吉黄金饰品的市民李女士表示,尽管黄金这一两年来价格波动很大,但是感觉还是黄金更讨人喜欢。“不少小羊造型的挂饰都已经销售一空,年前还会补货。”导购说。

在一家钻石品牌专柜,导购表示由于购买的人非常多,周末两天都在加班。“年底一直都是钻石的销售旺季,情人节也会对消费有促进作用。”该品牌工作人员说。

新街口某大型商场企划部负责人表示,现在处在节前消费旺季,从上周的人流量来看就已经非常明显,其中化妆品、珠宝首饰都是增幅明显的类目。情人节算是一个锦上添花的作用,也推动了服饰箱包等其他类目商品的销售。情人节如果在春节后的话,不少商场可能会单独将其作为一个营销的亮点。但是在节前的话,基本上各家的重心还都是在春节上,顺带突出一些情人节元素。

作为节日消费重点的餐饮,在情人节市场上却显得静悄悄。记者在新街口某商业综合体看到,基本每家餐馆的门口张贴的都是年夜饭的告示。在某知名餐饮店,记者咨询关于情人节套餐的情况,“没有!”服务员干脆地回答记者。一位业内人士表示,对于餐饮来说,现在的重头戏都在年夜饭上面。情人节只能算是一个小节日,不会像圣诞节那样隆重。一般的高档酒店、社会餐饮可能也都会推出一些情人节套餐,或者就餐送玫瑰等活动,但是并不是十分看重这块市场。

除了鲜花,化妆品、饰品也都是情人节礼物的首选。今年情人节紧挨春节假期,商家的刻意炒作痕迹并不多,但是化妆品、饰品的销售增量依然相当明显。

在新街口一商场某一线化妆品专柜前,前来挑选化妆品的市民周先生告诉记者,“情人节到了,买份礼物送给女友,也算是春节的一份心意。”该专柜导购告诉记者,到了年关,像周先生这样的消费者不在少数。除了送给女友或者妻子,很多人也会选择两三千元礼盒套装送给亲戚朋友等。年底的销售增量很明显,平常销售额在四五万,周末的话情况会更好。“这个月专柜的销售任务是将近两百万元,从目前形势来看,完成任务压力不大。”该导购说。

“其实也很难说不少消费者买金饰