

节日经济掀起端午消费热

新老产品齐齐亮相 消费市场活力满满

特种兵式旅游 刷新旅游市场 淄博烧烤带动各地 烟火缭绕 ,乡村垂钓享亲子时光 今年的各种假期 ,消费市场的表现让人眼前一亮 ,不得不让人再次感叹节日经济的影响力。在刚刚过去的端午假期 ,消费市场是否延续热度?端午假期期间 ,记者从多方面打探我市的消费市场。



①市融媒体中心主持人体验制作艾叶门挂 ②市民选购粽子礼盒 ③影院放映场次增加

艾叶菖蒲 大变身 花艺门挂香又美

清明插柳 ,端午插艾。端午节按照习俗 ,家家户户都要在门上插艾叶与菖蒲 ,既能防蚊驱虫 ,又有辟邪祈福的寓意。随着 90 后 00 后 成为消费主力军 ,传统节日的市场消费逐渐走向年轻化、时尚化 ,越来越多从传统习俗中衍生出的新产品获得了市场的认可。

6 月 15 日 ,记者走进位于松石西路的应娟花店 ,刚推开门 ,一蓬蓬新鲜艾

叶散发出的幽香直入心脾。这些艾叶是应娟一大早收购回来的 ,用于制作端午节的一系列新品。近两年的端午节 ,应娟制作出了许多与端午习俗相关的花艺产品 ,其中最受欢迎的是一款以艾叶和菖蒲为主角的门挂花束。她用小米果、绿石竹等绿色系的花材搭配传统的艾叶和菖蒲 ,用现代花艺的技法做出一款门挂花束 ,既美观又耐放 ,挂在门上自然风干后也别有一番美感 ,为传统

习俗增添了新的魅力。

插艾习俗与现代花艺的碰撞吸引了不少年轻人。除了直接购买 ,不少顾客还想体验一把动手自制的乐趣。许多年轻顾客会选择亲自制作 ,送给朋友或长辈 ,比较有心意。应娟告诉记者。

除了这款艾叶门挂 ,应娟店里还推出了端午花篮、艾叶香薰礼盒、艾绒棒等一系列节日产品 ,风格拙朴又不失创意 ,颇受顾客喜爱。在端午花篮融入应

季的莲蓬 ,放入粽子或艾绒棒、香薰礼盒 ,各种产品组合销售 ,满足了顾客个性化的定制需求。一束艾叶门挂价格在 60 元左右 ,花篮根据不同搭配 ,价格有所浮动 ,在 200 元左右。有些顾客一订就是好几份 ,甚至几十份。今年端午节前夕 ,我还没在微信朋友圈宣传 ,就已经有不少老顾客来咨询和下单了。今年 ,我店里各类产品加起来共卖了将近 240 份。应娟说。

礼盒粽子更畅销 包装简约不简单

6 月 20 日上午 ,记者走进大润发超市 ,入口处的货架上摆满了琳琅满目的粽子礼盒 ,十分惹眼。我今天过来买了三盒粽子礼盒 ,一盒自己吃 ,另外两盒准备送给客户。在选购粽子礼盒的应先生说 ,他为自家选购的礼盒价格为 92 元 ,内含 10 个粽子 ;而为客户选购的礼盒价格为 320 元 ,内含 12 个粽子。自己吃的话 ,我更倾向于选择实惠一些的 ,送给客户的就需要体面一点 ,所以价格高一点我也能接受。应先生说。

今年 ,我们销售的粽子大多是礼盒形式的 ,散装的粽子只占很小一部分 ,销量远没有粽子礼盒大。大润发超市售货员李金爱告诉记者 ,礼盒装的粽子要比散装的热销。她认为这与粽子的节日属性有关 ,大多数人不会把粽子作为日常食物来吃 ,而是吃一种 节味 ,多花一点钱买礼盒装也能接受。还有许多顾客买粽子是为了送礼 ,因此 ,礼盒包装也是他们的首选。她说。

记者走访多家超市后发现 ,不同口

味的粽子价格悬殊 ,单个粽子的价格有的低至 5 元 ,有的则高至 40 多元。肉眼可见与价格挂钩的便是粽子的包装。据了解 ,自去年 8 月 15 日以来 ,国家标准《限制商品过度包装要求 食品和化妆品》第 1 号修改单开始实施 ,其中对月饼和粽子的包装做出了相应的要求 ,如月饼和粽子的包装层数不超过三层、包装不应使用贵金属和红木材料、粽子不应与超过其价格的产品混装等。记者随机选取了一些粽子礼盒拆开 ,发现大多数礼盒都是 大盒套小盒 的形式 ,小

盒中与粽子直接接触的是一层塑封 ,总共三层包装 ,符合要求。虽然包装 瘦身 ,但是创意不减 ,礼盒材质包括卡纸、布料、竹子等 ,造型款式也丰富多样。

此外 ,记者还注意到 ,往年充满噱头的新奇口味粽子今年已难见踪影 ,粽子口味 返璞归真 ,传统的肉粽、板栗粽、蛋黄粽、蜜枣粽更受欢迎 ,而某品牌一款 植物蛋白肉 馅的粽子却 备受冷落 。很少有顾客买这款口味的粽子 ,今天还没有卖出去过。李金爱说。

佳片齐聚 端午档 国产片叫好又叫座

6 月 21 日 ,记者打开某电影票务网站 ,发现不少影片的宣传海报上都出现了 端午档 三个字 ,可见片方都瞄准了端午假期发力。

记者查询到 ,截至 6 月 24 日 21 时 ,今年端午档(6 月 22 日 - 24 日)票房破 9 亿元 ,已超过 2016 年端午档总票房进入中国影史端午档票房前二 ,仅次于 2018 年端午档。目前 ,《消失的她》《我爱你 》《变形金刚 :超能勇士崛起》位居票房前三位。值得注意的是 ,排名前二的电影均是端午档上映的国产新片。其中 ,悬疑片《消失的她》票房达 5.39 亿元 ,占端午档期

票房的六成左右 ,强势占领票房首位。

《消失的她》表现确实十分亮眼 ,作为一部国产片 ,能与《变形金刚》这样老牌的好莱坞电影 IP 拉开差距 ,足以证明我们的国产电影已经逐渐具备强大的竞争力。万福曹园影城经理林润华告诉记者 ,端午假期期间 ,我们影院场次排得最多的电影就是这一部 ,顾客的反响也不错。

为了满足观影需求 ,万福曹园影城在端午假期期间增加了放映场次 ,平时一天的场次在 35 场左右 ,假期期间增加了一天 45 场左右。假期期间 ,影院上

座率较平时有较大提升 ,票房也比平时高出了近 3 倍。

林润华观察到 ,近两年来 ,国产片从质量到票房上表现都愈发亮眼 ,影片类型也逐渐丰富起来。悬疑、科幻、爱情、喜剧 ,这两年国产电影类型片佳作频出 ,叫好又叫座的作品越来越多。在节日经济的助力下 ,不少影片都在不断刷新影史票房纪录。他说。

而在上影国际影城经理吕思怡看来 ,国产电影虽不乏亮眼之作出现 ,但好片产量距离电影工业体系相对成熟的欧美国家还是有一定差距。我市的

观影人群分布相对平均 ,从年轻人到中年人都有的 ,不少顾客是以家庭为单位前来观影 ,而国产片更接近我们的生活 ,观影门槛较低 ,因此在我市比较受欢迎。但在年轻人更为集中的北上广深 ,欧美电影还是占据着相当一部分的观影人群。因此 ,国产片还是需要持续不断发力。

端午档的影市表现给从业多年的林润华带去了信心。虽然目前影市对比三年前还有一定距离 ,但回暖的信号已经很强了 ,我们要给市场一点时间。对于即将到来的暑期档 ,我们充满期待 ,相信未来影市会越来越好。