

七夕之浪漫经济



张店一家花店打出了七夕节鲜花预定的招牌。 本报记者 姜文洁 摄

商家纷争“浪漫模式”

年轻人成七夕消费主力军

各大商场、网店与浪漫相关的商品趁七夕火了。各大商家开始了各种打折促销活动,吸引消费者。而七夕消费的主力军是年轻人。

本报记者 张汝树 王鸿哲 见习记者 王欣 罗旭君

网上创意商品受欢迎

相比实体店,网络商家早就启动“七夕模式”。记者发现,网站专门制作大型专题页面,“七夕礼物”多被标红,放在首页的推荐位置。除了鲜花、饰品、巧克力依然占据礼物榜首外,Diy定制、小挂件、手机链、抱枕等创意型礼品也颇受网友欢迎。

“厌倦了千篇一律的礼物,我想送女友一些属于我们自己的独特的礼物。”网友小

熊说。为了给女友一个惊喜,他从网上找到一家照片真人软陶公仔定制做店铺,将自己和女友的照片发给店主,订做了一件中号双人公仔泥塑。网友“这不是未来”在网上定制了七彩发光激光内雕字雕塑,将他想对女友说的话刻入雕塑内。

送阳光、用印章印爱情语言、整人玩具、可听音乐枕头等,网上创意型礼品可谓丰富。

巧克力、鲜花仍是“宠儿”

城区大部分花店已经推出了鲜花预定服务。“越临近七夕,鲜花越贵,一天一个价。最受欢迎的是玫瑰花和百合花,现在预定鲜花是按照7元一朵,如果七夕当天订,就可能十五六元一朵了。”在张店潘南西路的一家鲜花店内,店主王女士正在核对订单,她告诉记者,这两天花店已经有六笔订单了,花束的平均价格在一百元左右。据不少花店店主介绍,年轻人成为七夕消费的主流群体。

除了鲜花,巧克力也一直是情侣们的“宠儿”。在一些蛋

糕甜品店,记者看到针对七夕节也推出了很多设计精美的巧克力礼盒以及巧克力蛋糕。“我们推出了很多DIY巧克力和蛋糕,每天都有来预定的人,很受年轻情侣的欢迎。”张店西二路上一家蛋糕店的工作人员说。

很多商家也将节日消费项目放在了团购网站吸引年轻人。“七夕套餐”和“七夕巧克力”等字眼出现在网站显眼位置,其中有些项目团购人数已达到两千多人。一份价值109元的巧克力团购已有24729人参团,成为大多数人的首选。



很多情侣选择在七夕节拍摄婚纱照。

本报记者 姜文洁 摄

婚庆公司推出草坪与教堂婚礼

本报8月12日讯(见习记者 魏茜茜 程芃芃) 为了迎合七夕的浪漫气氛,推出低价打造婚庆服务套餐系列,大都采用了浪漫唯美的主题婚礼。

受传统观念影响,许多父母在孩子婚前都会去占卜选一个好日子来举办婚礼。订在七夕当天举办婚礼的新人非常少,但是去民政局登记结婚的则比较多。“有些顾客的婚礼选择在七夕节那天去民政局登记结婚,有的也在七夕节前后举办婚礼。”蜜月高端婚礼策划中心一名工作人员说。

现在的年轻人更多追求的是“独一无二”,比较特别的婚礼现场,尤其是在七夕节日期间,他们这种愿望更加的强烈。“为了满足顾客的需求,我们婚庆公司特别打造了以紫色浪漫为主题的婚礼策划。”

七夕临近,到婚庆公司咨询的顾客,他们抛开一贯式的酒店婚礼,更加期待草坪以及教堂宣誓形式的婚礼。这些婚礼现场能够烘托出唯美的爱情,更加符合追求浪漫的现代人。

餐饮娱乐场所打出“七夕套餐”

从8月7日开始,不少餐饮、娱乐场所便陆续推出“七夕”优惠信息。

其中,多家KTV都贴出了七夕进店就有机会获得玫瑰花、巧克力、免唱券的宣传广告。位于张店柳泉路上的一家KTV工作人员介绍,七夕当天前来消费的情侣可赠送一小时的欢唱时光,同时迷你包还可打折。与此同时,很多西餐厅推出了七夕烛光晚餐和赠甜品、红酒的活动。而电影院也推出“情侣专场”,播放符合七夕氛围的电影。

此外,部分快捷酒店开始发微博告知七夕入住减房费,并赠送红酒、巧克力、玫瑰花等礼品。据统计,目前已经有市民咨询和预订酒店,其中,情侣套房关注度最高。

本报见习记者 王欣 罗旭君



鲁信影城推出“情侣专场”吸引顾客。 本报记者 姜文洁 摄

商场借名七夕实为季末清仓

“相约七夕,凉鞋全场99元”、“秋单新款,全场低至5.5折”,七夕来临前夕,各种打折促销活动成了商场吸引消费者的手段。

“活动是从8月7日开始,截止到14日,每年的这个时候,我们都会借助七夕这个节日为节点推出一系列的打折促销活动。”位于张店柳泉路上的一大型商场的工作人员向记者介绍,七夕正好位于夏末秋初,很多商家都会借助七夕推出打折促销的活动。“现在主要是针对换季服装推出了一系列的活动,像2013新款夏装,现在都买一送一,其实也是尽快清仓的一种方式。”工作人员说。

在各大商场的珠宝专区,工作人员对记者说,每年的七夕是珠宝首饰消费的一个小高峰。“七夕期间,所有珠宝首饰都参与打折活动,像钻石珠宝最低只要一千多元,黄金能比平时便宜五十元左右,价格较平时来说实惠很多,对于很多想在七夕结婚的人来说是很好的机会。”工作人员说,现在来咨询的消费者能比平时多三分之一左右,晚上和周末消费者更多。

本报见习记者 王欣 罗旭君

贪图浪漫不管萤火虫死活

活萤火虫网上热销,多数在运输或放飞中死亡

本报8月12日讯(张汝树 见习记者 盛鑫甜 孙鲁) “七夕节怎么过?与心爱的人一起放飞萤火虫。”活萤火虫网上热销,但萤火虫或者在运输途中死亡,或者在放飞后死亡,商机变成了伤害,为了爱的浪漫也变成了伤害。

记者在淘宝网上点击“活体萤火虫”搜索,搜到近20家萤

火虫活体卖家,不少卖家称有自己的养殖基地。记者与成交量最高的一家卖家交流得知,他们店每月都能卖出几万只,最火的时候每天出货都能达到上万只,一只萤火虫的价格在3.5元到5元不等。一卖家客服告诉记者,萤火虫放在瓶子里运输,如果选择客车托运卖家保证成活95%以上,另送10%作

为损耗;如果选择快递卖家保证80%以上的成活率,另送20%作为损耗。

记者通过查看买家评价看到:“萤火虫的生命太脆弱了,放一晚上就死了快一半。”“快递路上耽搁太久!牺牲了不少,还剩下4只。”“全死了,活着几个跟死了没什么区别。虫子存活率太低了,不知道是不是因为天气太热

的关系,货到后只有五六只还活着。”

萤火虫到达买家手里时都会有死亡,养的好的话,萤火虫能活三四天,个人养殖和天气问题都是造成萤火虫死亡的原因。因为萤火虫不适合城市环境,就算放飞时萤火虫是活着的,放飞之后不久也有部分死亡。

感谢信

尊敬的淄博易捷英语培训中心的领导和老师们您好:

感谢你们对山东理工大学“关爱留守儿童,调研山东”实践团队的支持与帮助。在此我们实践团队的全体成员,向热心公益事业、关爱留守儿童并给予我们极大支持和帮助的易捷英语培训中心的所有领导和老师们致以万分谢意!

此致敬礼!

“关爱留守儿童,调研山东”实践团队