

省城各路商家掘金父亲节市场,记者走访发现“爸经济”难掩“爸”气不足

记者 沈娟娟

昨天是6月的第三个星期日,也是西方传统的“父亲节”,记者昨日从省城市场上了解到,从男装到手表,从楼市到旅游,几乎都打出“父亲节”,就连珠宝等也搭上了父亲节的快车。

不过,相对于母亲节、情人节、圣诞节等洋节日来说,父亲节显得有些冷,尽管近年来“奋起直追”,但依然“爸”气不足。

商场促销“爸者为王”

“为老爸换新装——献礼老爸”,昨日,记者在一家大型商场的宣传海报上看到,男装品牌、男士用品等专柜都推出了优惠活动。

其中,活动期间,购男装、男鞋、皮具、箱包、饰品等男性商品满200元加送袜子、名片夹、皮带、ZIPPO打火机等父亲节超值好礼。

随后,记者从省城几家大型商场了解到,剃须刀、领带、男装等“老面孔”礼品依然是各家促销的重点,除此之外,各家也开始“试水”父亲节活动,如全程搜索长得最像、最神似的父子或父女,创意T恤大赛等。

楼市、旅游打起父亲节主意

不仅是商场,省城各路商家也都推出特色产品招徕顾客,一家蛋糕店特地为父亲节推出了“父亲节蛋糕”。

楼市也搭上了父亲节的顺风车。橡皮泥、烘烤机、模板……在省城一家售楼处的桌子上,摆满了制作软陶的工具,而工作人员介绍,市民可以用自己的创意和手工能力,为父亲节创制专属软陶DIY挂件,做一份父亲节独家的纪念品。

“虽然没有推出专门的父亲节线路,但是也在常规线路中添加了相应的元素。”安徽新天地国际旅行社总经理岳青松告诉记者,最近各家旅行社都主打“红色牌”,正常线路现在也打起了父亲节的擦边球。

分析:迎头赶上的“爸经济”还不太热

虽然省城商家都有意“抢食”父亲节蛋糕,但记者在采访中发现,父亲节市场却不太热,相比一个月前的母亲节,人气不太旺。

用省城一位业内人士的话说,父亲节是“舶来品”,部分市民对其还比较陌生,相比中秋、国庆等传统节日,父亲节的消费群体不算太大,“商家不会大张旗鼓地进行父亲节宣传,只会在大活动中穿插父亲节活动,或者在常规活动中添加父亲节元素。”

“抢父亲节蛋糕,是因为商业竞争太激

烈了。”百大乐普生商厦营运部一名工作人员坦言,如此多的商家盯上不太热的父亲节这个“非主流节”,是在寻找促销的爆破点。

在商家看来,无论父亲节如何促销,暂时都赶不上母亲节的热闹。和母亲节喧闹又温馨的氛围相比,是谁冷落了父亲如山的爱?

上述业内人士分析,女性的消费习惯决定了“爸经济”敌不过“妈经济”,“相比男性较为单纯的消费需求来说,女性的消费更多元化,从柴米油盐到服装鞋子,都可能成为消费的对象。”

链接

今年流行给老爸写封“微情书”

“小时候,你牵着我,如今,我牵着你……”昨日,在微博上,不少“微博控”陆续织起了“围脖”,贴上了给父亲的“微情书”。

“微博控”们在表达父亲节的感慨、晒出自己小计划的同时,更是贴出了各种小

礼物,比如“最佳爸爸证”,颁发机构是“全球幸福之家协会”,设有“颁奖词”,上面写着“父爱如山”、“坚强后盾”等字样。有的则翻拍了小时候与父亲的黑白合照,重温旧日情怀。

定投地点:绿地·内森庄园 半岛一号 御景山庄 老流·嘉尔美庄园 旭辉·中央官邸 碧桂园·滨湖城 固园·香榭水都
观澜天下 万振·棠樾湾 中房·兰郡 蓝鼎·棠棠人家 置地·皖通城 绿城·翡翠湖玫瑰园 绿城·云溪 绿城·康山郡
以上楼盘六月二十二至六月二十六日,免费赠阅余刊,敬请关注。

大人家

贰

豪宅大户型主题特刊

“小隐在山林,大隐于市朝。”隐者本无大小之分,退而隐,原本已然达到了物我两忘的心境。真正的豪宅,往往就处在最世俗的市朝中,摒除嘈杂的干扰,自得其乐。

6月22日,全城品鉴!

《星家居》出品

市场星报

办最有价值的都市报

星空社区

WWW.XKSQ.NET