

“网购待遇”不及妈妈 1/8 花店老板:这节到底是哪天? 父亲节市场 “爸”气不够足

再过一天时间,就将迎来今年的父亲节了。但记者昨采访发现,合肥商家关于“父亲节”的促销姗姗来迟。而来自淘宝数据显示,最近一个月内平均每天仅有800多人搜索“父亲”礼物,爸爸在淘宝上“待遇”不足妈妈的1/8。

网上

爸爸的“网购待遇”不及妈妈 1/8

与女人有关的节日明显比男人的多,“妇女节”、“母亲节”……这好不容易迎来6月份第二个星期天的“父亲节”,消费者却显得很不上心。

记者登录淘宝搜索母亲节关键词“妈妈”,搜索出260多万件商品,而搜索父亲

节关键词“爸爸”仅有32万件商品,爸爸的“网购待遇”不及妈妈1/8。

另外,从淘宝网提供的淘宝人次上看,母亲节当月搜索“妈妈”关键词的平均每天有近5000人次;而6月份,搜索“爸爸”关键词这一指标的仅为800多人次。

T恤成网购“父亲节神器”

“爸爸最喜欢什么?”在记者采访的人群中,近一半的人表示不知道,仅个别人给出了肯定答案。而淘宝数据给出的答案则是“爸爸们最喜欢的是T恤”。据统计,在最近两个月内,有88%的人给爸爸购买了T恤作为礼物,T恤俨然成了“父亲节神器”。老爸的礼物不好买,T恤是最不

会买错的。

不少网友表示,最好教会老爸网购,让爸爸自己挑选礼物,以支付宝充钱或者代付的方式购买。据淘宝网数据显示,越来越多的安徽爸爸选择网购。最近三个月内,我省45岁以上的男性用户网购人数达33472人,比去年同期增加了8417人。

网下

花店老板不知父亲节是哪一天

与网上“父亲节”相对冷清相比,省城不少鲜花实体店的老板表示,因为缺乏给父亲送花的习惯,父亲节前夕前来预订鲜花的情况远没有母亲节那么火爆。

“父亲节是六月第几个星期天?”桐城路宁馨儿精品花苑的老板在得知记者要预订父亲节的鲜花时有点懵。缓过神后,他向记者表示,目前并没有推出针对父亲节的优惠活动,“如果要预订,可以打8.8折,一束百合打完折以后192元。”

在罗兰花艺,工作人员则表示,最近几天虽有预订父亲节鲜花的,但为数不多。他也说,父亲节期间不做活动,一束180元的百合仍按原价出售。

商场应对父亲节则要显得“圆滑”很多。在长江中路百大CBD,记者并未见到类似“感恩母亲节”等醒目的标语,一些商务男装品牌确有折扣促销活动。但有卖家表示,这一活动是前期促销活动的延续,一直到16日(父亲节当天)截止。

专家

消费习惯导致商家“挑节过”

对于父亲节遭冷遇,有人认为,传统中国“慈母严父”的观念深入人心,相对于父亲来说,母亲更容易接近,因此,子女们向母亲表达爱更直接。记者昨日在随机采访中也发现,大多被访者表示不清楚父亲节具体是哪天,其他的受访者则表示没有过父亲节的习惯。

安徽大学金融系教授徐亚平在接受记者采访时曾表示,父亲节与母亲节在市

场上体现出的差异,主要受男女消费习惯不同的影响。“比如,在大学里,女同学的钱大多花在购买衣服、化妆品上;而男同学大部分用在吃饭、喝酒上,这就是男女消费习惯的差异性。对于很多成年男性来说,也不可能像女人那样热衷于逛商场超市。”徐亚平说,很多商场可能已意识到男人的钱没有女人的好赚。

实习生 李青鹰 记者 董艳芬 丁林



6月13日,合肥市稻香村街道朝阳社区在父亲节前夕,让辖区内的准爸爸们提前感受做父亲的滋味。育婴师现场示范如何为新生儿洗澡、换尿片、喂奶等,看似简单的动作让准爸爸们费了半天劲。
余勇 陈颖 记者 程兆文/图

端午3天 餐饮不火 家电翻身

星报讯(商芸莹 记者 张华玮) 昨日,记者从省商务厅了解到,端午小长假期间,全省共实现社会消费品零售总额约110亿元,同比增长15%左右。

从市场情况看,商超销售很旺。我省重点监测的16家大型百货零售商场,实现零售额1.5亿元、增长15.9%,主要集中在服饰、黄金珠宝、化妆品、手机等热点商品上。重点监测的16家超市实现销售1.2亿元、增长16.1%。

另外,我省餐饮消费回落趋缓。高档

餐饮企业为扭转今年春节以来营业额下滑态势,主动调整经营战略,开发适合普通消费者的大众化、节俭化餐饮消费品种,取得初步成效。我省重点监测的7家大型餐饮企业,端午节期间实现营业额437.3万元,虽同比下降3.6%,但降幅比春节黄金周明显收窄。

我省家电销售市场开始回暖。我省重点监测的7家电器专卖店,端午假期实现销售总额3484.6万元,同比上涨3%,一改年初以来的销售不旺之势。

前4月,“徽酒”产值91.3亿 增幅回落两成多,转型迫在眉睫

星报讯(储纤尘 记者 董艳芬) 省统计局昨日发布数据显示,今年前4月,我省白酒产值91.3亿元,虽增长11.5%,但增幅较上年同期回落21.7%;利润增加15.7%,但也较去年回落了35.2%。

统计数据显示,2012年,我省规模以上工业企业中,白酒企业有70户,比2010年增加16户。

“其中,产值超10亿元的有5户,产值超亿元的有24户,比2010年增加13户。2010~2012年,我省的白酒年产量保持在40万吨左右。”省统计局业内人士透露。

不过,自“塑化剂事件”、“限酒令”及“八项规定”等之后,去年以来,包括安徽

在内的白酒业受到不同程度的冲击。

“一季度,安徽一家主销高档酒的酒企就亏损了0.2亿元。从2012年的消费比率看,他们高、中、低档白酒的销售比重分别为50.8%、34.6%和14.6%。”业内人士表示,随着“八项规定”影响逐渐显现,白酒企业应从注重公务消费向大众消费、从高价位、高利润向合理价值价格转变转型。

此外,也有专家分析,安徽白酒生产企业众多,造成产业过于分散,市场竞争过度,某种意义上,也削弱了省内大型企业的竞争力。因此需进一步控制安徽白酒企业的盲目扩张,并积极引导名优白酒企业加强行业整合。

责任重泰山 安全促效益 ——安徽商之都合肥东城店落实安全生产纪实

安全是一个永恒的主题,它是人类最重要、最基本的要求。安全生产既是人们生命健康的保障,也是企业生存和发展的基础,更是社会稳定和经济发展的前提条件。



端午节前,合肥市及瑶海区商务局相关领导来到商之都合肥东城店视察安全生产工作

率先通过安全标准化认证

安徽商之都合肥东城店自2007年开业至今,在思想上牢固树立“安全第一”,把安全理念变成员工自觉的行动。在商之都系统内率先通过“安全标准化”认证;历年分别被评为合肥市消防“四个能力”、瑶海区“安全生产”先进单位。在全国第12个安全生产月来临之际,为切实做好“安全生产月”活动落实工作,商之都东城店率先部署,积极行动,加强组织管理,开展一系列安全大排查,全面落实安全责任,做到有效防范安全事故的发生。

多项专项检查 为经营保驾护航

今年5月份,商之都东城店重点实施了安全生产大检查、仓库安全隐患排查,组织开展消防火灾实战演练以及安全消防知识教育培

训,完善并更新了相关应急预案等工作;坚决将各类易发、多发事故遏制在萌芽状态。

今年5月21日上午,东城店相关领导带队、各部门相关人员参加的综合检查组,对各业态进行了一次全面的用电、消防安全、环境卫生综合检查。将消防安全工作任务层层分解到各部门,做到目标、任务、措施、责任、考核五到位,使商场消防安全工作做到了有组织、有计划、有步骤地运行,确保了消防安全工作的正常、顺利开展。

5月20日下午,该公司后勤保障部相关人员,对各部门、卖场、红府超市、国生电器所辖的仓库、专柜内仓,进行一次全面的安全隐患、用电综合排查,做到检查有标准、每一项不放过。加大对仓库的日常管理,做到发现问题

立即整改,责任到人。同时,于5月份对经营场所新增15个高清摄像头,做到所有安全通道、经营办公场所等全覆盖,为安全经营保驾护航。

加强实战与安全培训的相结合

为了更好地提高员工的消防安全意识,增强应对火灾的自救能力及扑灭初期火灾的技能,确保公司及员工自身生命财产安全,商之都合肥东城店员工全员参与于5月15日、16日开展的一次灭火实战演练,并在15日下午外请防火中心教官对员工进行了防火知识培训。与此同时,6月上旬,对商场厅房、岛柜二次照明线路进行专项检查;其次,对商场的6部手扶电梯、2部货梯进行了专项安全检查。

通过上述一系列安全活动的开展,商之都合肥东城店切实把安全生产工作真正落到了实处。今后,商之都合肥东城店将不断创新工作思路,加强安全知识教育,为顾客营造一个安全、优美、舒适的购物环境,构建和谐社会。