

端午节、父亲节、世界杯，看商家如何抢商机

今年，端午节“巧遇”父亲节，加上高考刚结束，世界杯即将开赛，又适逢火红6月中大促，众多节点交集在一起，记者探访省会各大商超发现，粽子等端午节时令产品被摆在了显眼的位置，与此同时，父亲节的各类促销活动火热进行中，啤酒、零食等商品蹭世界杯热度，商家们挖空心思抢占节点商机。“又是一年端午时，陪伴父亲吃粽子看世界杯”。

本报记者 李春炜文/图



1 粽子成市场主角，价格与往年持平

每年端午节，粽子都会是百姓餐桌上的“标配”，而商家往往也会以此为契机，早早推出促销活动。昨日，记者在北国、家乐福保龙仓等超市看到，各种品牌的粽子摆在显眼的促销台前，前来选购的市民也是络绎不绝。

“超市早在5月份就开始大量上市，但每年端午节前一周才是粽子销售的高峰期。”在北国超市西美花街店，工作人员告诉记者，6月8日、9日起，粽子的销售有了一个大程度的提升，其中，6月8-13日冷冻粽子销售环比6月2-7日增长了一倍。

此外，无论是散装还是礼盒装，今年粽子的整体价位与去年持平。其

中，粽子礼盒价格也比较亲民，价格在58元-150元之间，没有奢侈的礼盒，以简装为主。同时，各大超市内可供市民选择的粽子品牌和口味也应有尽有，蜜枣、豆沙等传统口味成了每个品牌的必备款。除了成品，各种粽子的相关原材料也颇受消费者欢迎。据北国超市工作人员介绍，从5月底开始，粽叶、糯米、大枣销量就开始呈现上涨趋势。“如今人们的生活水平提高了，粽子在平时也都可以吃到，但是在端午节吃意义却有不同。”正在北国超市翟营店选购粽子原料的于大妈说，粽子是端午节的特色饮食，她每年都会自己包上几十个粽子送给亲朋好友。

2 端午节“巧遇”父亲节，商场打起亲情牌

今年端午节“巧遇”父亲节，“身价”也陡然上涨。为了表达感恩之情，很多做子女的都想趁着节日给父亲买一份礼物以示孝心，而商家也利用节日纷纷搞起了促销。不少商场除了推出传统的端午文化外，更是把促销重点放在了男装、男鞋上，大打价格战，“老爸经济”迅速升温。

“父亲节期间，男装会有特惠款、专享价推出，还会有相应的促销优惠活动。”建华商场某男装品牌的工作人员介绍。除了价格促销，记者注意到，一些商场还打起了亲情牌。先天下推出了海娜手绘、T恤DIY、草帽画DIY、扎染手工沙龙、粽子DIY等活动，而且，在三层一家品牌专柜，还特设“3D打印笔

体验区”，打出了“画个‘足球’送给爸爸的”旗号。而在新百广场，将招募20对家庭，开展“父爱如‘衫’”亲子T恤DIY”活动。某男装品牌的负责人告诉记者，现在人们的观念正在逐渐改变，今年，来给父亲挑选礼物的市民越来越多了，父亲节也开始受到市民重视。

不过，虽然商家促销力度大，但有很多市民仍觉得选择面不如母亲节那样广。“不知道该给父亲买些什么礼物，像衣服、剃须刀这样的礼物，几乎每年都一样。”市民刘女士说，也许父爱相对含蓄，在表达上也显得有些局限。而今年的父亲节恰逢端午节小长假，她准备带着父母去周边游玩，让他们在大自然中感受快乐。

3 蹭世界杯热度，线上线下齐发力

今年端午节巧遇了父亲节还不算，世界杯即将开赛，对于这个“燃爆”的热度，无论是线上还是线下的商家都不想错过，加上火红6月中大促，“世界杯”促销随处可见。

下午6时多，在省会谈固大街一家经营啤酒、烧烤的店内，隔着室外的橱窗，可以看到店内用心堆放的啤酒。一进门，大大的世界杯横幅就让人无法忽视，场地布置十分有观赛氛围。“为了给球迷营造更好的世界杯氛围，在世界杯期间，我们不仅准备了电视，还在一楼设有投影仪，为球迷提供大屏幕观赛享受。”这家餐饮店的工作人员说。

省会各商场、超市也推出了世界杯的主题活动。其中，先天下三层某品牌推出活动期间任意消费，可预言获胜队伍，待赛事结束，猜中的客人可获得奖品。新百广场则推出招募20对家庭，

免费参与世界杯金靴DIY活动。家乐福保龙仓超市推出“看世界杯、猜赛事”活动，据超市方面介绍，目前啤酒因为世界杯将近，销量同比增加不少。昨日，记者在各大电商平台看到，关于世界杯的主题促销均已推出，不光是啤酒、小龙虾有促销活动，就连各种零食、日用品都“蹭”上了世界杯热度进行大力促销。据某零食品牌电商的小二介绍，近半月以来，他们的进口零食炒货、进口饮料酒水十分热销，不少消费者更是一次性买了10箱以上。这是去年同期销售量的8倍。京东大数据还专门为河北球迷“画像”，其中，河北的京东球迷以男性为主导，男女比例超过7:3，16-45岁的球迷占比高达94%，95后占比高达20%，而且，河北球迷的消费能力很强，近23%的球迷在京东平台年消费超过20000元以上。

4 逢节必追，如何胜出？

“今年端午节与父亲节相逢，再加上世界杯，三天小长假可谓是热闹非凡。”对此，业内专家分析认为，传统端午节，西方父亲节与世界级赛事碰撞，历史习俗与现代文化的交融，而要想在这众多促销节点中分得一杯羹，“一锅烩”的促销手段显然在竞争激烈的市场无法胜出。如何保持并提高购物参与度？比拼创意、营造时尚又不失传统的氛围成了商家争夺的焦点。

这位专家认为，越来越多的商家逢节必追，除了节日红利外，也是年轻市民越来越注重生活的仪式感。今年端午撞上父亲节，除了粽子这种越来越微利的食品，亲情牌才是商家更看重的。“从目前商家的造势来看，父亲节不但没有被端午抢风头，端午的三天小长假反而让商家们有更大的积极性围绕父亲节做文章。”

同时，专家表示，电商造节已经进入下半场，如何保持并提高购物参与度，就要看各自在节日之外的优势与新玩法。虽然端午节、父亲节、世界杯等节点对于各商家都是助推销量的神器，但除了借热度刺激销量之外，商家更应考虑的是如何通过营销来加深用户对品牌的印象和熟悉度。“相比于短期的冲销量，长期的认知度更为重要，因为这关乎未来消费者所下的决策。”专家说。

资讯

证监会：尽快将A股纳入MSCI因子从5%提高到15%左右

据新华社电 证监会副主席方星海14日在第十届陆家嘴论坛上表示，证监会会同有关部门及沪深交易所已经着手研究相关新的制度与工具安排，其中包括改革股票收盘价格产生机制、规范停复牌制度以及股指期货等工具，以便尽快将A股纳入MSCI的因子从5%提高到15%左右。

方星海介绍，证监会不断完善沪港通、深港通规则制度，扩大标的股票范围和每日额度；认真听取国际机构投资者对QFII、RQFII政策规定的改进意见，进一步便利国际投资者利用QFII和RQFII开展跨境投资。沪伦通大的制度安排已经就绪，操作层面的准备工作正在紧锣密鼓地推进，有望于年内正式推出。

打通线上线下 品牌商联合电商加速渠道下沉

本报讯(记者李春炜)在三四线城市及小城镇市场，奶粉配送一直是影响母婴店自身发展的瓶颈。这种情况在品牌商与电商的合作下将有望得以解决。6月11日，美赞臣与京东联合发布新市场拓展战略，将打造“商流+物流+信息流”一体化商业模式。

据悉，这种“商流+物流+信息流”一体化商业模式旨在建立从品牌商到销售终端的无缝对接。据了解，身在新兴城镇市场的小母婴店主，只要在相应平台注册认证，使用移动程序下单，就能通过京东覆盖全国的物流体系，最快在48小时内收到该奶粉，而且，商品价格、产品组合、预计到货时间一目了然。



再制造产业焕发生机

图为河间市一家汽车配件再制造企业的员工在生产线上工作。据介绍，河间市再制造产业起步较早，主要集中在石油钻采和汽车配件行业。现有石油钻采再制造企业200余家，从事PDC钻头、金刚石钻头回收再制造，年产值6亿元，产品远销俄罗斯、沙特、伊朗等十几个国家和地区，年出口创汇500多万美元。2015年3月，京津冀国家再制造产业示范基地落户河间市。

通讯员李世文 本报驻沧州记者韩泽祥摄

人保财险河北省分公司紧急应对突发冰雹、暴雨灾害

6月13日下午，河北保定、衡水部分地区突遭冰雹和狂风暴雨袭击，造成农房、财产、机动车辆受损。

面对突发恶劣天气来袭，人保财险河北省分公司迅速启动应急预案。95518客户服务中心在电话量每小时数十倍激增的情况下，立即实施紧急部署，所有在岗人员全部上线，夜班组迅速赶往单位；对外开通六部外线，使用Lync、微信反馈平台进行在线沟通，做好微信理赔和交警在线服务；所有白班班次下班时间全部延时，最晚至22点，在线时间长达13个小时；员工晚餐全部工位上解决，边吃边接。同时，中心积极与理赔运营中心、地市分公司沟通，简化查勘定损流程操作，并予以客户温馨安抚。13日16时至晚23时报案集中时段，报案量达5711笔，较平日增幅7倍，每小时最高

峰车险报案达到1191笔。

人保财险保定市分公司第一时间启动重大灾情应急预案，成立了应急指挥领导小组，科学安排，快速反应，对抗灾减损工作进行了详细部署。市分公司总经理室成员靠前指挥，分组带队深入一线，加强协调配合，确保理赔查勘工作有序进行。按照“快速查勘、快速定损、快速理赔”的原则，第一时间赶赴现场，做好客户服务工作，让政府放心、百姓满意。建立理赔绿色通道，提升理赔服务水平和理赔效率。人保财险衡水市分公司在灾情发生后，也立即启动应急预案，第一时间通过短信、微信平台提示客户开展索赔及材料收集工作，各县支公司也积极配合协助查勘理赔工作的推进。

目前，人保财险河北省分公司各受灾分支公司正在加紧进行查勘理赔中。