



花卉市场栽培花样生活

本报记者 肖尔亚

窗外是雾霾蒙蒙的寒风天,屋子里却是绿植红花竞相开颜——鲜花、绿植或是小盆景,已成为都市人的生活小伴侣,为家或办公场所增添了色彩与温暖。各种花卉、盆栽也不再只是在节日才走俏,花卉消费已经成为老百姓的日常开销,养花种菜成为很多人精神生活的一部分。

陈雅雯是一名“海归”,2012年在天津开创了自己的高端花卉品牌 LOVEUU,主打进口玫瑰。从业至今,她最大的感触就是,如今的顾客送花基本上不挑日子,除了恋人需要表情达意的情人节、七夕,平时的妇女节、圣诞节、春节,或者即便什么都不是的平常日子,她的生意都不错。一位男士客户还买了最贵的8000元的进口玫瑰礼盒送给过生日的母亲。“想不到会有这么多人喜欢,现在高端花卉的回头客真不少。”雅雯的微信顾客群里有3000多人,说起市场的反应她很惊喜。

除了鲜切花,绿色植物的盆栽也迎来了“春天”。随着科技进步,人们对着电视、电脑、手机的时间越来越长,对环境的影响更加在意。绿植一般价格也不贵,迎合了大众的消费观念。买一盆仙人掌、摆一盆富贵竹,既能净化空气又能调节压力,这成为不少办公室一族的选择。

刘大姐夫妇在花卉行业从业十多年了,近来由于公款购花的少了,他们的生意受到很大影响。“很多单位都减少了用于购买鲜花、盆栽的支出,现在花卉盆栽摆的也少了”,她告诉记者。好在家庭花卉消费市场逐渐兴起,虽然单盆利润没有以前多,转而以走量为主,整体销售情况也不错。店里有鸿运当头、金钻、吸毒草、常春藤等绿植,其中卖得最好的是绿萝;她还兼售彩椒、小葱、番茄等几十种绿植和蔬菜的种子。刘大姐说,现在的很多顾客都喜欢自己动手,店里的种子、花盆和培植土常年销量都不错。

家住北京市海淀区的王女士就是一位“阳台达



多肉植物以其“萌”和“易养”成为不少植物爱好者的新宠。 本报记者 肖尔亚摄



春天是养花种草的好时节,一名年轻的母亲带着孩子在花卉市场选购绿植。各种花卉、盆栽也不再只是在节日才走俏,花卉消费已经成为老百姓的日常开销,养花种菜成为很多人精神生活的一部分。 本报记者 肖尔亚摄

人”,很喜欢养植物,除了办公室里摆放了绿萝,吊兰,红掌,四季桂花,龟背竹……她还在家里的阳台“精耕细作”,种了薄荷、荆芥和豆角、葡萄等。王女士告诉记者,因为没有专业经验,一般挑好养的种:“比如荆芥,长得很快,而且有药用价值,吃了可以败火”。去年夏天“丰收”的时候,她还摘了一些叶子送给同事拿回家做菜。王女士会不定期去逛花草市场,选购花卉绿植或种子,每次花费150元左右。

除了享受动手的乐趣,不少年轻人更追捧个性时尚的植物。近两年多肉植物以其“萌”态、易生长广受欢迎。在淘宝上搜索“多肉植物”可以找到5868家店,近25万件商品。多肉植物品种繁多,像玉珠莲、白鸟、虹之玉、火祭……不光外表可爱,名字也很“文艺”。不少商家利用多肉植物的千姿百态来进行品种搭配,布置成迷人的花园,售价也要贵数十倍。

张巍在花卉盆栽这个行当已经摸爬滚打近10年了,两年前他发现了顾客对多肉植物的喜爱,果断从卖水培植物转到了多肉植物。在他的门店里记者看到了上百种多肉,一位20多岁的男士正在给女友选礼物。“为

什么不送花呢?”记者不禁好奇。“多肉植物好养,基本不用管,放在卧室还能释放负离子,而且养着也很有趣,不像花谢了就没了”,他回答得头头是道。这位男士告诉记者,他每过一段时间就会来挑一些自己喜欢的品种。这次选了熊童子、蝴蝶之舞、肉锥、缠丝卷卷四种肉肉,花了200元。“别看植物小,相比普通盆栽价格反而更贵”,张巍介绍说,店里顾客以有经济实力、追求个性的年轻人居多。价格贵的“多肉”基本有几大特点:长得慢,繁殖慢,原产国限制出口。一盆拳头大、带根茎的熊童子白绵最少要200元,“这算便宜的”,张巍告诉记者,在专业玩家手里不乏上万元的肉肉,市场价值不容小觑。

如今很多大型超市如沃尔玛、乐购等都有小盆栽销售,在国外,超市里有很大一块区域都是卖盆栽等园艺产品的,在国内这块市场的潜力也在慢慢显现。各地花卉协会对今年大宗的年宵花进行总结时,也发现小盆栽的销售和价格明显看涨,家庭消费的潜力巨大。广州市林业和园林科学研究院的小盆栽产量增加50%,且利润比红掌、凤梨等要高。

中兴携天猫发布高速4G手机

本报北京4月1日讯 记者冯其予、实习生李飞报道:作为中兴通讯新一代4G攻势“4G酷跑”战略的第一棒,4月1日,中兴携手天猫在北京发布了旗舰新品“天机Grand SII”。中兴此举旨在让更多消费者通过电商渠道了解这款旗舰产品,提升在消费者心目中的品牌形象。中兴通讯相关负责人表示,今年将在电商渠道上发售更多个性化的手机终端,以抢占市场先机。

据悉,该款手机充分体现了中兴通讯在4G领域的技术累积及创新思路,其整体配置高端,内置的高通骁龙801芯片能带来极速4G体验。同时,这款手机千万级像素摄像头的应用和独立测光功能的融入,还令其拥有媲美单反的拍照体验。

凭借着支持4G高速通道,中兴天机可以让用户拥有极速的上网体验,4G网络下最高的下载速度能达到150Mbps,能够在瞬间下载完一部高清1080P电影。值得一提的是,中兴天机搭载中兴新一代声控技术,率先带来声纹解锁、3MIC降噪、全语音驾驶操作等领先的全套声音解决方案。此外,中兴天机还搭载1300万像素第二代BSI摄像头,具有支持声控拍照、分屏等功能。

在网络方面,而中兴天机可支持5模17频,刷新了手机网络制式覆盖新纪录,令天机成为全球网络制式和频段支持最全的手机。在4G智能手机快速发展,国内手机厂商竞争愈演愈烈之时,中兴天机的推出,为4G智能手机树立了新的标杆。

上海直飞非洲大陆航线正式开通



3月30日,埃塞俄比亚班机准备靠泊上海浦东国际机场的停机坪。当日,由埃塞俄比亚航空公司执飞的ET684航班飞抵上海浦东国际机场,标志着埃塞俄比亚首都亚的斯亚贝巴与上海之间的直飞航线正式开通,这也是上海通往非洲大陆的首条直达航线。

新华社记者 陈飞摄

智能穿戴需要想象空间

冯是虎

在今后两三年中,世界智能可穿戴设备市场容量可望扩大到500亿美元。如何分享这场市场盛宴呢?能否抢得先机是关键。智能可穿戴设备正处于发展的破题阶段。放宽眼界、抓住商机、加大投入、破解难题,正是中国企业大有用武之地的时候

新产业的崛起往往要借助于想象空间。想象空间有多大,市场的开发就多宽。如今,国外企业对智能可穿戴设备的开发正进行得如火如荼,而国内的企业究竟该怎么办呢?

智能可穿戴设备凭借物联网、云计算技术而萌发,但是,其中魅力却光芒四射。最近,在美国举行的相关展会上人们就有充分体验:在一个慵懒的清晨,当你对着满柜子的衣服发愁时,你的戒指已迅速向你提供了最佳搭配建议;当你走在路上时,你的腰带不断记录着你的运动水平、情绪波动、食物摄入量等信息,提醒你今天的运动目标有没有完成;周末想放松看场电影,你的眼镜自动为你推荐精彩大片,并告诉你你行车路线,充当“引路人”。此外,智能可穿戴产品美容眼罩能够进行面部按摩、智能电子游戏装备能够做到人机合一、智能手镯能够帮助女性“防晒”、智能鞋垫具有运动监测功能等等。听听这些,你就能感觉到智能可穿戴设备蕴含的巨大潜力。

因此,有人估计未来智能可穿戴设备市场容量将与手机市场容量规模相当。在2014年美国拉斯韦加斯消费电子展会上,有关方面作出大胆预测:今年是智能可穿戴设备元年,在今后两三年中,世界智能可穿戴设备市场容量可望扩大到500亿美元。据粗略统计,谷歌眼镜发布至今一年多时间里,在智能可穿戴设备开发方面,先后有苹果、索尼、微软、三星等跨国企业纷纷加盟。

我国在这一波新兴产业崛起过程中该如何因应?应该说我们有抢夺产业制高点的实力和条件,在互联网的基础技术上,我们有着完整的技术链条如计算机制造、无线通讯、云计算、大数据和卫星定位等等,我们还有完备的工业体系和雄厚的制造实力,近年来我国全社会科技研发投入总量已经居于世界第三位,这些就为智能可穿戴设备这种无线互联网应用

技术的开发提供了平台和研发保证。此外,我国当前电脑、手机平板化的趋势明显,可望通过此类终端实现智能可穿戴设备的功能。事实上,我国已有先知先觉者涉足其中并为此拼搏,近期国内宣布加强智能可穿戴设备研发计划的知名企业包括百度、盛大、小米、华为、联想等等。

如何分享这场市场盛宴呢?能否抢得先机是关键。有手机制造般釜底抽薪,我国手机制造实行的是跟进战略,出口量占世界80%,可是只能分享利润总额1%。在智能可穿戴设备上面临同样问题,我们在该产业中的地位取决于能否率先突破难题,市场的挑战主要来自三个方面:第一是成本。某大牌智能手表被曝每天销量仅为几百只,仍未赢得主流市场青睐。价格高、功能有限,且返修率高等因素都阻碍了市场扩大。有业界分析师认为,由于设计不精致、价格较高,以及目前许多产品在技术方面存在短板,可穿戴设备短期内不可能得到主流消费者的青睐。第二个方面的挑战来自于产品的碎片化。可穿戴式智能设备需求的多样化与轻量化注定了市场将面临前所未有的碎片化。目前来看,很难有某种类型的产品能够覆盖用户中的绝大多数,因此如何选择产品的定位并吸引尽可能多的用户将成为厂商成败的关键。第三,穿戴式智能设备的发展要依托更完整产业环境的建立。此类设备的应用软件数量少,同质化严重、创意不足;这一环境包括其他产业领域的支撑,比如目前不少科技公司正在研发高科技隐形眼镜,在技术成熟后需要在医疗市场“落地”,才能找到商业“着陆点”。

当此之时,智能可穿戴设备正处于发展的破题阶段。放宽眼界、抓住商机、加大投入、破解难题,正是中国企业大有用武之地的时候。

商界

发现

天价刀鱼、高价龙井,多年来这些明前礼品的价格

越飙越高几成神话。然而“八项规定”的出台让这些高

档礼品价格大幅跳水——

明前礼品市场回归理性

据新华社电 (刘蕾 周琳)近日,记者走访铜川水路水产市场,发现二两的刀鱼价格在3000元左右,但销量不大,反而两三百元的“平民刀鱼”卖得最火,“天价刀鱼”的风光抢购一去不复返。

不仅是江鲜刀鱼,前些年价格一路走高的明前春茶也遭遇了“滑铁卢”。一家经营高档茶叶的叶老板介绍,今年清明前的龙井、碧螺春等高档茶叶价格都不算太高,狮峰龙井价格为每斤980元,梅坞龙井为每斤900元,这是几年来罕见的“止跌”,“但来买这些茶的人还是少多了。”

除了价格下降外,各界有关长江刀鱼、龙井春茶等明前礼品的炒作在今年也收敛了不少,往年备受关注的拍卖会今年销声匿迹,这让去年18万元一斤的“天价龙井”、6万元一条的“刀鱼王”从此成为一去不复返的神话。

此外,记者走访发现,今年高档礼品的包装也简单了不少。不论是刀鱼还是明前春茶,各大商家都是简易包装,即使礼盒也不过三五十元,往年几百元甚至上千元的奢华礼盒均未出现。

记者还走访了上海几家高档酒店,工作人员均表示今年酒店刀鱼和高档春茶消费延续了去年的低调,而且态度格外严谨,一位工作人员说:“不论是酒水还是刀鱼消费,我们都是按照市场定价,实开发票,像往年天价消费、公款吃喝、改开会务发票的情况是不可能了。”

上海餐饮烹饪行业协会副秘书长金培华曾向记者透露,一方面是消费量下降,另一方面却是成本不断上升。样本餐饮企业2013年营业额同比下降7.5%,亏损的企业比2012年要增加80%。一些店主不得已想把店卖掉却没人接盘,无奈退出了这个行业。“上世纪90年代,普通餐饮业利润能达到10%以上,甚至高达26%,现在只有3%,最高也就5%。”虽然家庭宴消费正在上升,但暂时还没补上商务宴和政务宴下降的漏洞。

复旦大学教授顾晓鸣认为,对公款消费的严格监管需形成长效机制,让公款消费及其背后的利益链彻底失去生存环境。我们需要健康的消费市场,但这个市场不是靠公款消费来支撑,清理公款消费,并不是一时一季之功,必须要形成明确、规范的长效机制。

专家认为,如今,高端礼品市场低迷已经是现实,带动相关产业回归常态、开发大众平民产品才是长远之计。只有将市场建立在最广大也是最坚实的普通消费群体中,该产业才能可持续发展。顾晓鸣说,这既是高档消费的挑战,也是转型的契机。礼品市场也将回归其本真。例如,餐饮企业回归“口味至上”,企业都在品牌附加值和服务上做出提升,最终吸引更多的大众消费,让市场更加健康、理性。

方太坚持定位高端引导消费

本报讯 记者黄鑫报道:在方太集团日前举行的欧式油烟机新品“云魔方”发布会上,中国五金制品协会理事长张东立指出,方太很好地把握住了目前厨电产业发展的脉搏,即以用户需求和体验作为最高的判断标准,中国高端厨电行业正在迎来一个“好效果”时代。

据中国行业企业信息发布中心统计,在2013年高端厨电市场份额排名中,方太以45.43%的份额稳居第一。市场调研机构中怡康的数据也显示,2013年方太零售量占比44.81%、零售额占比45.02%。对此,方太集团董事长兼总裁茅忠群表示,方太将坚持高端定位,继续引领和推动整个厨电产业转型升级;坚持独创设计,继续引领嵌入化成套化厨电发展潮流。

上汽集团首个OTO电子商务平台上线

本报讯 记者王轶辰报道:由上海汽车集团打造的中国汽车市场首个OTO电子商务平台“车享平台”近日上线。上汽集团总裁陈虹表示,上汽打造“车享平台”,是面向未来,拥抱和融入互联网的必要举措,OTO模式将成为汽车电商发展的重要趋势,而线下对客户优质服务承接的标准化和一致性将是整个模式成败的关键。

依托上汽集团旗下各大品牌及数千家经销商网络,“车享平台”将通过线上线下无缝对接的电子商务模式,为用户提供一站式解决方案,100%品质保证及全方位的汽车生活服务。“车享平台”还将以用户为中心,紧密围绕与汽车息息相关的业务,覆盖用户看、选、买、用、卖的全周期,为用户提供卓越服务的一致体验。

国际基础设施投资与建设高峰论坛将开

本报讯 记者李予阳、实习生白文站报道:由中国对外承包工程商会和澳门经济局联合主办的第五届国际基础设施投资与建设高峰论坛将于5月8日至9日在澳门举行。本次论坛以“互联互通为国际基础设施合作提供新动力”为主题。

论坛活动包括“区域互联互通基础设施的国际合作”主题论坛和“创新融资方式:中国承包商增强海外市场竞争力的新途径”、“国际承包商跨国并购战略目标的选择与现实”等五场平行论坛。此外,论坛活动还包括“国别基础设施投资建设市场推介会”和“国际基础设施合作专题业务介绍会”,并将继续举行“国际商协会会长圆桌会”。