

消费人数减少 人均开销增加

美国情人节变送礼节

美国零售联合会(以下简称“NRF”)表示,今年美国消费者对情人节开销持有谨慎态度,并不会因情人节而增加额外支出。根据NRF针对情人节开销的调查显示,今年有54%的美国消费者会与爱人共度佳节,而这一数字在2013年为60%。



该调查显示,虽然今年参与情人节购物的消费者较少,但花费在糖果、卡片、礼物、餐饮等方面的人均计划开销达到133.91美元,比去年的人均130.97美元略高,总支出预计将达到173亿美元。

NRF主席兼CEO Matthew Shay针对此项调查表示,尽管消费者对情人节预算仍偏向于节俭保守的态度,但情人节还是送礼高峰期。上百万人将通过这一节日向爱人表达他们的关心。Matthew Shay还表示,由于零售商意识到消费者在情人节有较大的购物需求,情人节也会成为消费者眼中的促销推广季,就像几个月前的圣诞节一样。

无论是糖果、花束、珠宝、服饰、外出或仅仅是一张问候贺卡,想要在情人节送礼的消费者都能够根据

自己的预算开支找到相应的礼物。数据显示,近乎半数(48.7%)的消费者买糖果来向爱人表达爱意,1/3(37.3%)的人选择了鲜花,而超过半数(51.2%)的消费者会赠送贺卡。

除了以上这些礼物之外,有19%的被调查者表示会向那些重要的人赠送一些诸如珠宝首饰等类型的礼物,在珠宝上的开支预计达到39亿美元。37%的消费者在情人节当晚与爱人外出来庆祝节日,在此项上的预算大约为35亿美元。其余消费者则更倾向于赠送更为实际的经济型礼物,选择服饰的消费者占比达15.8%,而选择礼品卡的消费者达到14%。消费者表示通过赠送礼品卡,无论他们的爱人在商店里看中了什么都可以用其进行购买。

有趣的是,性别差异也在情人

节消费上显得格外明显。调查显示,对于那些重要的人,男性愿意支付108.38美元用来购买礼物,而女性仅愿意花费49.41美元,这一数字只是男性的一半不到。

对美国消费者而言,情人节并非单单是情侣的节日。很多消费者表示会在这一天向他们在乎的人表达爱意,例如他们的家庭成员、朋友、老师以及同事等等,都将成成为被送礼的对象,其中选择家人的被调查者居多,占比高达59.4%。此外,就像其他节日一样,作为家中的一分子,美国人对宠物格外有心。有19.4%的被调查者表示将会为这些毛茸茸的小家伙购买礼物,在这一类别上的预计开销为5.51美元。

有分析师指出,虽然相对于去年而言,较少人在今年情人节上有所支出,但数百万消费者仍然在送礼这件事上保持着一个弹性预算。在情人节当天,消费者还是会期待零售商能够在鲜花、晚餐等项目上举办一些促销推广活动。

然而,实体消费的谨慎态度并未波及线上购物。数据显示,今年有26.1%的消费者选择在线购物,这与去年的数字持平,说明情人节对网购的影响并不大。与之前的感恩节大促一样,平板电脑与智能手机在节庆购物中功不可没。

北京商报记者 卢亦杉/编译

· 资讯 ·

美1月零售创一年半来最大跌幅

美国1月零售销售环比意外萎缩0.4%,市场预期为环比持平,1月跌幅创2012年6月以来最大。巴克莱将美国2013年四季度GDP增速预估从2.6%下调至2.2%,瑞信将美国2014年一季度GDP增速预估从2.6%下调至1.6%,零售销售数据疲软是原因之一。

零售巨头彭尼任命新首席财务官

美国零售巨头彭尼公司(JCP)上周四宣布,其首席财务官肯·汉纳(Ken Hannah)将离职,其职位将由埃德·瑞科德(Ed Record)接替,自3月24日起生效。

瑞科德还将担任执行副总裁,他将负责彭尼百货的财务运营,并向首席执行官麦克·乌尔曼(Mike Ullman)汇报。汉纳在过渡期内将继续担任首席财务官,彭尼公司未透露汉纳离职的原因。彭尼正试图从前任CEO罗恩·约翰逊(Ron Johnson)留下的烂摊子中恢复,后者在职17个月于去年4月被解雇,前任CEO乌尔曼重返这一岗位。瑞科德现年45岁,此前曾担任Stage Stores Inc(SSJ)的首席运营官。

特易购现客户数据泄露

据报道,大型英国超市连锁特易购日前遭到黑客袭击,出现数据泄露。据美国CNBC电视台报道,黑客已经获取超过2000位特易购客户的个人数据,并将其公布在网上。

报道称,特易购发现客户登录信息被公布在网上后,已经关闭其中一些客户的特易购网上账户。黑客是从其他数据失窃案中获得用户登录数据的,而且他们发现,特易购客户的特易购账户信息与这些客户的其他网上账户相同。

(信息来源:中国连锁经营协会)

超市发 CSF Market

引领绿色消费

共创幸福家园