

# 家长宠出高消费 买贵的不等于爱

## 老师建议:给孩子最好的礼物是日常关爱

信阳消息(记者 周亚涛 见习记者 韩蕾)一个芭比娃娃,标价两三百元;一双儿童鞋,卖价五六百元;仿真汽车模型,小一点的要几百元,贵的标价接近千元……近日,记者走访我市多家商城的儿童服饰、玩具专柜和专卖店发现,很少有低于百元的商品。儿童消费越来越高,逐步呈现“高端化”趋势。

“这套玩具装备不齐全,爸爸给你买别的!”“不嘛,我不要别的,我就要这个铠甲勇士!”11月3日上午,记者在东方红大道上的一家商城的儿童玩具专区听到的一对父子这样的对话。最终李先生还是妥协了,给孩子买了这个接近500元的玩具套装。

据记者观察,在这个儿童玩具专区,都是标价在百元以上的玩具,上千元的玩具也有不少。该玩具店的销售人员告诉记者:“现在很多家庭都是一个孩子,父母都愿意花钱给孩子买玩具,就拿这个售价是398元的汽车套装玩具来说,卖得就非常好。”

在市区中山路某品牌儿童服装店,记者看到,儿童服装丝毫不比成人服装便宜,有的儿童服装的价格甚至还比成人服装高出不少。一件儿童上衣标价就是339元,一双儿童鞋也要225元。正在给孩子选购衣服的孙女士说:“一般给自己买一件衣服在200元左右,而孩子的衣服最便宜的也要200多元。这些衣服不但贵,而且孩子正在长个儿,也穿不了多久。不过,给孩子买品牌衣服穿,我们更放心。”

为什么家长愿意为孩子高消费?市民刘



在胜利路一家童装专卖店里,家长正在为孩子挑选衣服。

女士的观点则代表了很多市民的心声,她告诉记者:“我们家只有一个孩子,肯定要把最好的都给他。再加上自家孩子看见别的孩子都有,他也想要,我们也就不得不买了。”

对此,我市胜利路一家儿童教育机构的

胡老师告诉记者,家长们不应该对小孩儿的物质要求无条件的满足,在礼物的选择上,不能过度地偏重一些消费性的礼物,应该多挑选一些文化性和开发智力的礼物。其实,家长送给孩子最好的礼物是平时的陪伴、精神的沟通和家庭的关爱。

# 袁雪燕: 诚信经营 乐于助人

见习记者 韩蕾

“来了,里面看看,进了不少新款棉鞋。”昨日上午,记者在袁雪燕位于八一路商业步行街的平价鞋城见到她时,她正在忙着招呼客人。正在试鞋的殷女士是这家鞋店的老顾客,她告诉记者,这里的鞋,价位低,质量好,穿着也舒服。

袁雪燕今年55岁,8年前从豫南皮鞋厂下岗后,就在这个商业步行街“安营扎寨”了,步行街因为地理位置不是很好,没有什么人气,所以生意很难做,很多商户都是坚持了一段时间之后,就关门了,让原本就空旷的商业街显得更加冷清。

2011年八一社区居委会为了改善现状,提出了诚信经营新构想,这个想法让袁雪燕产生了试一试的念头。诚信经营,按照袁雪燕的理解就是尽量压低价位,对商品不夸大其词,诚实对待每一位顾客,让每个来到她店里的人都能享受到真正的实惠。于是,袁雪燕按照这个方法经营了半年左右,生意逐渐好转,回头客也开始增多,这让她不禁喜从心生。

“当我的生意逐渐开始走上正轨的时候,我就觉得让顾客用低价位买到高品质的东西是个好方法,其他商户也可以试试,虽然利润少了,但薄利多销嘛。”袁雪燕说,“于是我就挨家挨户地去找其他商户交流,但是好多人怕没有利润,商铺经营不下去,所以根本不听我解释,还没说几句,就借口有事让我走了。让我说几句就算是客气的,有的人说都不让我说就把我撵走了。后来他们看我生意好了,就主动上门找我,想从我这里学习经验,我当然是很乐意了,就把经营窍门统统告诉了他们。就这样过了有一年左右,这条街逐渐就有了人气。”

袁雪燕的鞋城对面是一家女装店,起初生意不好,老板甚至产生了关门的念头。袁雪燕了解到这个情况后就主动找她谈心,教她怎么样诚信经营,怎样对待顾客,慢慢地生意有了起色。“对面那家女装店现在的生意比我的都好,几千元钱的衣服在她店里都能卖得出去。看见她把生意做好了,我也很高兴!”袁雪燕对记者说。

当记者问袁雪燕,看到别人的生意超过她时会不会不高兴,她说:“那有什么关系,我们都在一个地方做生意,通过大家共同努力和进步,才能给整条街带来人气,大家的生意才能都好起来。赠人玫瑰,手留余香,帮助了别人的同时,也提升了自己,何乐而不为?”

# 广汽丰田大篷车全国巡展信阳商城站圆满落幕

为期3天的大篷车(信阳商城站)巡展于上星期圆满结束,活动现场精彩的模特表演吸引了众多商城人民观赏,更有小丑气球魔术表演掀起了本次活动的高潮,到现场做快速保养的客户更是体会到了不出家门即可体会到广汽丰田4S店细心、贴心、安心的维修和保养,现场更有十余名客户订车成功,砸金蛋赢得了豪华大礼。

此次车展结合厂家活动“一路走红 惠动全城”“2014款星耀版”凯美瑞、汉兰达、逸致联袂上市。三款新品在传承原有高品质产品特性的基础上,围绕年轻目标客户群的需求、观念、情趣和生活方式,增加了彰显年

轻活力的红色车身,内饰与配置均有所改善和提升,时尚感与实用性并存,大幅提升了产品的竞争力。

红色象征着朝气活力,也是激情与时尚的代名词,向来极受年轻人喜爱。消费调查显示,年轻消费者更加偏好亮丽的车身颜色,其中80后更是最喜爱红色的人群。而“2014款星耀版”凯美瑞、汉兰达、逸致的最大亮点,就是大胆地使用了红色外观,以时尚气质烘托出车主追求精彩人生的态度,迎合年轻消费者个性出众的需求。

“2014款星耀版”凯美瑞、汉兰达、逸致联袂上市既是对当红业绩的一曲高歌,同时

也吹响了广汽丰田“年轻化战略”的嘹亮号角。在新锐消费群体活跃的时代,为实现可持续发展,广汽丰田积极推进一系列重大战略创新。发布跨级时尚大两厢致炫、参与一系列音乐营销活动以及凯美瑞、汉兰达和逸致“2014款星耀版”联合发布……一连串的动作让人感受到了广汽丰田意在求变、直奔年轻化路线的决心,更令人对已进入产品密集布防期的广汽丰田充满期待。

销售热线:0376-3713888

地址:信阳市平桥区G312国道高铁桥西侧

居委会故事 记者讲故事 有事找书记 刘芳: 13939736706 韩蕾: 15333768089

再创文明城市 讲文明树新风 公益广告 中国精神 中国形象 中国文化 中国表达 一花一草皆生命 一枝一叶总关情 珍惜绿色,从现在做起! 信阳晚报 宣