

追求个性化 定制产品销量走俏

传统日历遇冷 批发商转战线上

台历、挂历作为一种特殊的文化产品,曾经承载了几代人的记忆。然而,近几年随着电子产品的普及和人们生活习惯的变化,逐渐淡出了市场,私人定制在台历、挂历行业成了不少年轻人的新选择。2019年12月,在陕西西安三府湾专门做台历、挂历批发生意的老板钱刚军向记者表示,“日历永远不会消亡,只是载体发生了改变,我也从实体店开始向网上转型了。”

传统台历、挂历销售遇冷
“日历载体变了”

2019年12月27日,记者来到西安市长缨西路三府湾灯笼、日历批发市场,道路北边的人行道上挂满了各种造型的大红灯笼。临街销售台历、挂历的门店一家挨着一家,但家家店内少有人光顾。挂在墙上的挂历依然保持着多年来以人物、风景、花鸟为主的画面,台历除了“日日翻”“每日翻”以外,从附加内容和形式都较以前丰富了许多,每本3元至30元不等。

走进该市场2排16号店铺,老板钱刚军告诉记者,“我做了将近20年的日历生意,这一行现在不行了。2017年订了1200件货,每件100本,到2018年1月中旬还没有卖完,积压了400多件。2018年订了800件,刚好赶在2019年元旦前卖完。2019年订了160件,直到今天(12月27日),还有19件货没着落。”

日历不同于别的商品,卖不出去就沒用了,只能返回厂家加工成纸张,来年再用。”

钱刚军介绍,在20世纪90年代,流行的是挂历,大大的挂历上有人物、风景和美食,挂在家里既能装饰房间,又能看日子,一举两得,但是现在都成为历史了。近几年来,随着手机电子日历的兴起和人们生活习惯的转变,传统日历市场日渐冷清,生意一年不如一年,作为新年必备品的日历,也逐渐淡出人们的视野。

“但是,日历永远不会消亡,只是现在的载体发生了改变,在儿子影响下,我也从实体店开始向网上转型了,要不然,只能退出这一行,多年来建立的客户朋友圈,只能解散了。”钱刚军说。

定制台历成为新年潮流
注重个性化需求

在谈到批发台历,实体店和网店的区别时,钱刚军表示,“家庭合照台历、友谊纪念台历、心灵鸡汤台历、国学经典台历……不知道你有没有注意,最近一两年,这样的台历已经占据了年轻人的办公桌,这些台历大多数都是从网上定制的。我都算‘醒来’得迟了,这个市场上有几家商户,人家网上的生意好得很。你用手机扫个二维码,就可以申请定制了。”

按照钱老板指引,记者来到临街

一家专营台历、挂历的门店询问定制台历的情况,老板康女士打开自己的手机页面说,“这是一个客户上周给她女儿定制的新台历,总共定制了15本。”记者看到,每月一页的台历上都印着这位爸爸过去一年为女儿拍摄的照片,整体风格简约。康老板说,这种带有生活回忆的美照,会让每一个日期都变得丰富多彩起来。无论孩子的父母,还是爷爷奶奶、姥爷姥姥,这样的台历放在家中或者办公桌上,每天看到日历上孩子的照片,心情一定不会差。她今年主打网上定制生意,门店只是在维持着老客户。

“这本台历采取一页撕的形式,每一页都配有一句诗歌,诗歌旁有一个二维码,用户可以扫二维码听取诗歌的音频。尤其是2019年,定制台历的人很多,给我的感觉是‘看日子’不再是定制台历的主要功能,人们更喜欢与众不同的个性化台历。”康老板拿起一本《国学经典》台历说,年轻人更加注重台历对于精神生活带来愉快、积极的一面。如今台历的功能不再是仅仅看日期,更多的是彰显自我,满足人们的个性化需求。

私人定制网络主导
电商平台文创台历销售火爆

记者在另外几家网上商城搜索发现,从事私人定制挂历、台历业务的商家不在少数。一网商负责人白女士说,

“网上定制台历,基本上是买家自己上传图案,由我们设计排版,内容大多数以宝宝照片、结婚照、全家福、寿星照等家庭图案为主。这些台历不像普通的台历,即使过完了年,也不会被丢弃,甚至会作为永久性的纪念品保存下来。只要产品做得精美,消费者似乎对价格不会计较。”

在一家商铺中,记者问店主田老板,台历、挂历生意怎么样?对方无奈表示,“目前店里有50多种台历、挂历,价格从10元到50元不等,买的人不多。你要问我销量好不好,我可以不开玩笑地告诉你,如果能把各种电商平台关了,我们的生意估计就好了。市场上的生意,绝大部分被电商平台上的‘定制风’给‘刮’跑了。时代在变化,你要跟不上脚步,无论再怎么折腾,如果没有客户,生意就不会有生机。”

记者了解到,如今很多文创公司进军台历市场,他们抓住消费者的精神需求,推出各式各样的文创台历,牢牢抓住了年轻人的消费心理。记者登录淘宝、京东等电商平台,输入“日历、台历”等关键词,立即跳出“私人定制台历”字样的商品展示图,价格在十几元到几百元不等。在淘宝上,部分商家定制台历的销量高达每月数十万本,这与市场上老式台历逐渐低迷的销量形成鲜明对比。

(三秦)



人民日报与东方好礼联名合作推出的鼠年的日历,风格十分鲜明。该日历将报纸和黄历融合,带着浓厚的怀旧色彩。这款命名“旧时光档案”的日历突出旧时光概念,消费者在翻阅时,能够一边欣赏创意图片,与此同时也能重温历史上的今天。

除此之外,人民日报的日历还添加了一些“科技手段”,以此增加趣味性。每一页日历都留有一块空白的地方,使用赠送的电子科技笔扫描,消费者可以发现空白区域隐藏的彩蛋。(综合)



怀旧风碰撞「黑科技」

比清宫剧更详实的“故宫百科全书”

如今,文创界没有哪位“大IP”,能红过拥有600年历史的故宫。在2020年,故宫日历也迎来新变化,以故宫建筑布局为线索展现紫禁城600年历史。

2020年日历1月沿袭传统,选取与鼠有关的文物,其后各月依照紫禁城建筑布局,展现出一幅有全景有细节、有

历史有文物、有人物有故事的紫禁城历史画卷,堪称一本小型的故宫百科全书。此外,5月主题为“中正仁和”,专门讲述“八代帝居”养心殿区域的历史与建筑,配图内容不仅有养心殿原状图片,还有雍正皇帝在养心殿读书图以及三希堂保存的《快雪时晴帖》《中秋帖》

《伯远帖》等书法作品。6月“螽斯衍庆”主题表现东西六宫的建筑、陈设、功能,以及明清后妃的宫廷生活、历史故事。此外各月分别以前三殿、后三宫、宁寿宫、慈宁宫、太庙和社稷坛、宗教场所、文华殿和武英殿、紫禁城各花园等区域为主题。(综合)



颐和园日历圈粉 “文艺范”创品为何成新宠?

日历,过去一度是人们生活中的标配,看时间,当备忘录……撕掉一页日历,便能很直观地感觉到日子又过去了一天。新兴起的充满了文艺范的日历,如今为啥成了读者的新宠?

颐和园文创日历“很圈粉”

前不久,颐和园推出的《颐和园二十

四个节气的景观变化,并用大量摄影作品展现颐和园的园林美景。

翻阅日历可以发现,它贴心地按照观赏线路分区,介绍了包括宫延区、排云殿佛香阁建筑群、昆明湖区等12条经典路线,并对颐和园内殿、堂、亭、台、楼、阁、桥、寺等园林古建筑分别进行详尽介绍。

同时,日历还结合颐和园中一年四季时间的变迁,全面展现颐和园在二十

四个节气的景观变化,并用大量摄影作品展现颐和园的园林美景。

“此次推出的日历是以颐和园的风光文化为基础。”北京市颐和园管理处研究室主任赵晓燕在接受记者采访时表示,“它不仅是本日历,更是介绍颐和园文化知识的百科全书形式的图册,从古建筑、园林、文物等多个方面向读者传播颐和园文化知识。”

“红砖头”何以成“网红”?

说到文化内涵十足的日历,少不了《故宫日历》。

1933年至1937年,当时的故宫曾推出过五期《故宫日历》。2009年,《故宫日历》以1937年版为蓝本复刻出版。2010年,《故宫日历》在继承传统的同时,开始尝试创新,很受读者欢迎,后来还得到了“红砖头”的昵称。

2020年是鼠年,2020年《故宫日历》以表现紫禁城建筑为主,除第一个月选取与生肖鼠有关的文物,此后各月以紫禁城建筑布局为线索,展现出一幅有全景有细节、有历史有文物、有人物有故事的紫禁城六百年历史画卷。

故宫博物院院长王旭东曾提到,《故宫日历》不仅是故宫出版社开拓出版品类、发展文创事业的成功案例,也是故宫博物院唤醒藏品资源、播扬传统文化的重要典型。

一本日历中的意蕴

实际上,类似的充满文化味的日历还有不少。它们也因各自特点受到读者喜爱。

前段时间,《2020 陕西日历》彩陶中华》正式发行,通过十二个月份的主题安排,勾勒了中国新石器时代彩陶萌芽、发展、繁荣的演进脉络,生动有趣。

当然,圈粉的还有2020年《国博日历》,不少读者给出了“典雅大气”的评价。它的封面是暗红色,还有造型精致的铁扣。

贯穿日历的十二个月份有着不同主题,如一月是“一元复始”,二月是“万象更新”……月份设计的几何图案均取自文物本身,图形及颜色取法明确,如青金、蛋壳青等。

中华书局则推出了《唐诗之美日历》(2020·琴诗和鸣)。日历每月都由一首切

合时令的古琴名曲点题,如一月《春晓吟》,二月《杏花天》,三月《流觞》……另外,每月还选了一至二首与古琴相关的唐诗,富有雅意。

“文艺范”日历成新宠

不难发现,如今这些日历和人们印象中的日历,已经大不相同了。最明显的,就是“颜值”、内涵都提升不少:设计新颖,主题富有文化意蕴,质感也不错。

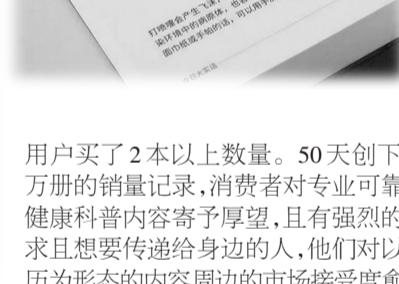
这些日历价格并不便宜,一本2020年的《故宫日历》定价是76元,2020年《国博日历》的价格是99元……即便如此,也阻挡不了读者“剁手”购买。

据故宫出版社透露,目前普通版2020年《故宫日历》第二次印刷数量已到90万册,而且,第三次印刷也在进行中。

“文艺范”日历为何能成为消费者的新宠?赵晓燕认为,近年来,国家对优秀传统文化越来越重视,在文化自信的宏观背景下,一本每天都能使用的日历好是切入点,满足人们的文化需求,也能引导读者特别是青少年读者领略传统文化的魅力。

王旭东也说过,故宫人顺应时代的

日历变身“健康指南”



日历的功能性如今越来越丰富。如丁香医生推出的《健康日历》,是由丁香医生首创的健康知识生活指南,“高度精练的健康真相+专业严谨的科学解释”,让人们远离养生谣言。

据了解,把《健康日历2020》当作礼物赠送给亲朋好友,是不少消费者的首选。据购买用户画像显示,超过60%的

用户买了2本以上数量。50天创下30万册的销量记录,消费者对专业可靠的健康科普内容寄予厚望,且有强烈的需求且想要传递给身边的人,他们对以日历为形态的内容周边的市场接受度愈发成熟。

另一方面,不少公司也更愿意采购这样一个实惠好用的健康心意送给商务伙伴和员工。销售数据显示,北京、上海、广州等一线城市的企业的团购订单尤其突出,其中不乏直接采购800—1000册的订单。

(综合)

发展,通过以《故宫日历》为代表种类繁多的文博出版物和文化衍生品,努力唤起并积极满足大众对于共享民族文化遗产的内在需求。

(中新网)

丰台区市场监管局之窗

丰台区市场监管局“三突出四重点”

开展糕点生产企业专项整治

为规范辖区糕点生产企业加工行为,大力整顿糕点行业存在的食品安全问题,防范食品安全风险。丰台区市场监管局食品生产科近期组织开展糕点生产企业专项整治。此次专项整治,突出糕点生产企业生产关键环节控制点等重点环节,突出糕点食品中食品添加剂、微生物超标等关键问题,突出抽检不合格企业风险防控。此外,针对糕点生产企业重点检查四个方面内容:一是企业的食品安全自查制度是否有效落实,自查结果、问题整改和实际生产情况是否一致;二是糕点中使用的食品添加剂是否符合《食品安全国家标准 食品添加剂使用标准》(GB 2760)的规定;三是原料控制、生产过程、产品销售能否实现有效追溯;四是产品标签是否符合规定,内容是否真实。此次专项整治共检查糕点生产企业4家,抽取糕点类产品8个样品,送第三方机构进行检测。(周婷婷)

