

# 演唱会门口的生意经

本报记者 冯雪珠 吴梓真



一家奶茶店里坐了不少正在编发和化妆的客人。本报记者 吴梓真摄

的秘籍。因此,编发成了最火爆的业务。在刘雅云的编发小摊周围,还有10多个这样的小摊,编发价格从15元到30元不等,要是加上化妆还得加钱。前来编发的粉丝一个接着一个,不少还要等位。

今年29岁的江清月是第一次听演唱会,她对那些明星周边已经不感兴趣了,觉得都是上网批发的,但编发是“花小钱获得大体验”。“平常自己肯定是不大会这样编发的,但是来听演唱会还是希望有不一样的体验,花个十几块,有仪式感,拍照也好看。而且我们都不讲究‘来都来了’嘛。”江清月说。

对于不少年轻的男性消费者而言,氛围感“拉满”的演唱会造型同样有吸引力。大学生小郑摸着头上的紫色小辫子,迫不及待地掏出手机和身边的朋友开始自拍。小郑告诉记者,他和同学结伴从北京来福州看演唱会,这次做造型是心血来潮,但确实更有参与感了。

一个下午,刘雅云给7个人编了头发,演唱会快开场的时候,还

有几个人等着编。“我这次挣钱是要靠编发了,要是我能编得快一点就好了。”刘雅云说。

一边是“门庭若市”的编发,一边是无人问津的明星周边。从西安带着各种明星周边来福州的李女士感叹现在演唱会摆摊不好做了,“以前能挣个看演唱会的钱,现在估计得赔本了”。

**要想卖出商品 有什么捷径**  
——线上定制或是快人一步的诀窍

“问的人多,买的人少。”因为下雨,叶婷的插画扇小摊和不少人一起从海峡奥体中心路边的空地搬到了福州奥体阳光天地购物中心一楼。此前,她一直在福州梁厝特色历史文化街区摆摊,没想到平时颇受欢迎的产品,在演唱会现场却没有达到理想的效果。

记者仔细观察了她的产品,扇面的插画样式都是原创手绘,相较不少固定样式的扇子显得更加特别,18元至25元的定价也与同类

产品持平,为什么不好了呢?

“我们是临时决定来,没来得及特别设计更贴合明星的图案,应援色也运用少了,对粉丝来说不够有标识性。”叶婷一边和记者聊天,一边开始分析本次摆摊失利的原因,“辨识度和位置都很重要,我们下次要提前做好准备。”

离演唱会开场还有1个多小时,幼教专业的大学生小尹手上只剩下2把插画扇,这两把插画扇都是她自己手绘的,而且内容与明星有关,每把售价25元。

为了这场演唱会,小尹一共制作了50把插画扇,80%以上都通过社交平台被粉丝预定了。演唱会当天,在约定地点交货。虽然每把空白扇子在淘宝平台上的批发价是2元多,但是小尹并不打算将最后的两把插画扇降价甩卖。“因为我我觉得我画得挺用心的,值这个价。”小尹说。

经过一天的实战,刘雅云计划调整自己的销售策略,打算第二天“主攻”编发。“在编发的時候,我可以找机会和顾客说话,顺便向她们推销手环、发夹,应该会更容易一些。”刘雅云说。

**商超借鸡生蛋 如何分好这杯羹**  
——提升服务把位置优势转化为真金白银

因为粉丝群体过于庞大以及演唱会门口的竞争过于激烈,可以随时流动的摊位也“外溢”到了演出场馆附近的实体商超。

“我在小红书上预订过了,前面还要等多久?”上周六下午4点左右,在奥体阳光天地购物中心,记者看到了一家挤满人的奶茶店。十几平方米大小的店面内外,摆出了7个能为顾客提供编发和化妆服务的摊位。几乎每一个座位上,都

坐着一个正在编发或化妆的顾客。该处步行到海峡奥体中心约需10分钟。

“大部分摊位下午1点就来了,来编发的客人没停过。”奶茶店的工作人员告诉记者,由于大多数顾客会选择线上下单或打包带走,在不影响客人的情况下,店里并没有劝离这些摊主,而是默许他们使用店内的空间。“很多等待编发的粉丝也会顺便点杯奶茶。今天营业到现在,现点的奶茶就有600多杯了,我们还特地从其他门店请了2名外援来帮忙。”

“演唱会期间,在保障安全的前提下,我们全力支持粉丝群体的创造热情与参与需求。”面对这种新兴的消费场景,奥体阳光天地购物中心管理方福建万芊荟商管保持着开放的态度,不仅提前一个多月与官方粉丝后援会联动筹备策划设置了6个互动打卡点,在活动期间还增设了现场管理人员及安保保洁30余名,提升现场服务保障水平。

巨幅的LED海报,别出心裁的应援打卡点,随处可见的周边挂件……这样针对演唱会打造的沉浸式消费场景让不少粉丝消费热情高涨。据初步统计,3月30日,奥体阳光天地单日客流突破年度新高,同比增长125%,销售额同比增长56%,其中餐饮业态销售额同比增长102%。

“演出的辐射效应正持续放大,我们作为距离海峡奥体中心最近的商业综合体,接下来将丰富服务内容,通过高质量服务保障把位置优势变成销售业绩,打造福州演唱会应援聚集地。”福建万芊荟商管相关负责人告诉记者,商场已推出线上小程序和线下客服台等应援报名渠道,希望能够推动摆摊活动更加有序、可靠。

## 李发彬李雯雯 出征举重世界杯 争夺巴黎奥运入场券

本报讯(记者 曾建兵 陈君沂)昨日,2024年国际举重联合会世界杯在泰国普吉岛开赛,曾在东京奥运会斩获男子61公斤级、女子87公斤以上级金牌的福州选手李发彬、李雯雯随队参赛,志在取得好成绩并争夺巴黎奥运入场券。

“举重选手要想获得巴黎奥运会的入场券,必须参加2站资格赛。”福建省青少年体育学校国家级举重教练陈孝铭表示,除了2023年的沙特利雅得举重世锦赛外,另一站就是2024年泰国举重世界杯赛。据介绍,巴黎奥运会举重项目参赛人数的缩减,给李发彬、李雯雯冲击巴黎奥运门票带来一定难度。

据悉,我国此次共派出7名男选手、8名女选手征战举重世界杯。龙岩长汀籍“00后”选手、在去年举重亚锦赛上打破抓举和总成绩两项世界纪录的廖桂芳将参加女子71公斤级金牌的争夺。

## 福建今年支持建设 400个示范性长者食堂 每个补助15万元

本报讯(记者 欧阳进权)记者昨日从省财政厅获悉,为推动老年助餐服务方便可及,今年我省将继续支持建设400个示范性长者食堂,省级财政按每个15万元标准予以补助。

通过补助,支持各地以新建设施或依托已有居家社区养老服务照料中心(站)、农村幸福院等各类设施资源,增补、提升助餐配餐服务能力,因地制宜解决老年人“就近用餐”问题。

我省自2019年起,持续将长者食堂(助餐点)建设作为重要民生工程予以保障,推动长者食堂建设取得成效。截至目前,省财政累计投入1.25亿元,支持建成100个居家社区养老服务示范点和超600个长者食堂,构建覆盖城乡、布局合理、共建共享的老年助餐服务网络。在“办得起”的基础上,我省探索建立“个人出一点、企业让一点、政府补一点、集体添一点、社会捐一点”的多元筹资机制,支持老年助餐服务“办得久”、可持续。

## 台江“借脑”同济学子 改造提升党群服务中心

本报讯(记者 颜澜萍 通讯员 谢菲)上周末,一群来自同济大学规划设计相关专业的学生,活跃在台江多个社区,他们积极与居民沟通,了解居民对社区党群服务中心的功能诉求。

为进一步提升社区服务品质和党建工作成效,给广大居民提供更舒适、便捷、智能的服务环境,台江区委组织部以上海市杨浦区与福州市台江区的战略合作为契机,邀请15名同济大学规划设计相关专业在读研究生来台江开展为期三天的参观考察。

“此次活动的目的是让学生们通过实地考察的方式,认识台江、了解台江,为后续参与社区党群服务中心的改造打下基础。”台江区委组织部有关负责人说。

活动中,同学们先后来到保兴社区、苍霞新城社区等7个社区,了解社区党群服务中心的改造提升需求。在台江区社区党群服务中心改造提升座谈会上,同学们就党群服务中心改造和设计的初步方向和大体框架表达了自己的构想。

下一步,台江区将举办“2024·Life+”台江党群服务中心空间设计大赛,充分发挥建筑设计行业人才作用,推动社区党群服务中心规划设计、改造提升项目落地。

## 春日俯身种花忙 侯官村将重现茉莉花田盛景

本报讯(记者 谭湘竹 通讯员 侯融媒)3月30日,闽侯上街镇侯官村百亩茉莉园里,村民们马不停蹄地对茉莉花进行扦插。预计今年8月,盛开的茉莉花将与广大市民见面。

20世纪90年代中期,闽侯茉莉花种植达到鼎盛时期,全县茉莉种植面积达上万亩,总产量将近4000吨。其中,位于闽江之畔的侯官村因其优良的水土孕育出百亩茉莉园。据村中老人回忆,以前每到茉莉花盛开时,村里家家户户采摘茉莉,或送往制茶厂制作花茶,或制作茉莉香精,沁人心脾的茉莉花香氤氲在村中的每个角落,令人陶醉。遗憾的是,随着经济不断发展,侯官村的土地日渐减少,很多茉莉花茶厂迁往广西,种茉莉花的人日渐减少。

茉莉花是福州的市花,近年来,闽侯县委、县政府从持续调整结构、优化区域布局、强化技术支

撑、加快市场建设等方面着手,激活茉莉花产业链。今年,为充分利用春耕时节促进生产,保障茉莉花在清明节前全部种植完毕,侯官村村民齐上阵,赶在芽点开始萌动之前及时翻土除草、修剪扦插、增水施肥。

“茉莉花是侯官村的特色产业,我们今年重拾茉莉花种植,一方面想为侯官文化增香添色,展示茉莉花从种植到制成茉莉花茶的全过程,接待研学团队带动侯官文旅发展;另一方面也想带动村民就业,茉莉花茶采摘都是按斤给报酬,这样劳动量不大的工作对村里的老人很‘友好’。”侯官村党委书记王国志告诉记者。

据悉,侯官村还将重新启动茉莉花茶厂,每年的5月至10月是茉莉花的采摘期和赏花期,届时,不仅能给村民带来劳务收入,成片的茉莉花海也将吸引游客前来赏景。



**打响闽都文化 国际品牌**

侯官村村民抢抓农时种植茉莉。  
本报记者 林双伟摄

## 金价走高,“一口价”黄金首饰每克价格竟超千元 金饰销售套路多 推销话术要警惕

本报记者 欧阳进权 宋亦敏

“一周之内,黄金首饰零售价格每克又暴涨了20元,可谓一天一个价。”昨日,福州特艺城黄金首饰批发商提醒,随着黄金价格走高,一些不法商家通过直播间低价兜售黄金含量不足的首饰;也有商家售卖“一口价”黄金首饰,但是售价除以克重后,每克金饰的价格竟然超过千元。

### 金饰按件卖 单价高得离谱

3月31日,福州东街口百货品牌珠宝专柜足金首饰零售价格为688元/克,逼近每克700元。相比一年前的668元,每克又上涨了20元。同样购买50克黄金首饰要多花1000元。

珠宝专柜工作人员说,相比春节期间625元的报价,目前每克已上涨63元。这样的涨幅不仅超出了消费者预料,从业人员也看得目瞪口呆。现在选购50克黄金首饰,需要花费3.5万元,两年前只需要2万多元。

据了解,福州首饰金价攀升,源于国内外黄金价格持续上涨。上周五,纽约商品交易所主力黄金期货价格达

到每盎司2238.40美元。整个3月,纽约黄金期货价累计上涨近8%,创2022年11月以来最大月度涨幅。代表福州原料金价水平的上海黄金交易所Au99.95金和Au99.99金上周五收盘价接近530元/克。福州品牌金店的金价更是水涨船高,昨日达到688元/克。

不少顾客在品牌金店里选购黄金时,往往都在询价后表示再观望一下。“今年本来想买对黄金手镯犒劳一下自己,但没想到价格这么高,再等等吧。”市民李女士说。

那么,金价为何涨得这么快?据悉,市场对美联储降息的预期提高是这轮金价上涨的主要“幕后推手”。除了美联储降息预期,地缘冲突加剧、多国央行持续增持黄金等因素也给金价上涨提供支撑。世界黄金协会统计数据,各国央行在过去两年大力购入黄金,购买量创下纪录。业内人士预测,未来一个月内,金价价格有望突破700元/克大关。

在福州市场,记者还看到,部分制作精美的黄金首饰按件销售,执行

“一口价”报价策略,实际每克购买价格达到上千元,比如一款“奥特曼”联名金饰售价3000多元,称重显示只有2.05克。

### 线上卖首饰 可能不含金

随着金价持续上涨,线上低价兜售的现象横行。不少直播间打着“新人见面礼”等名义,一个“黄金吊坠”最低只需9.9元、一只“黄金手镯”49.9元……

记者看到线上热销的一款沙金手镯,单个售价从3.9元至11.9元不等,有消费者购物后反馈首饰佩戴后会褪色。

福州珠宝业界人士表示,目前的沙金产品有两种,一种是越南沙金,含金量不超过5%,主要含铜、锌;另一种常见的沙金饰品根本不是沙金,含金量为零。此外,印度黄金通常比较便宜。在印度,黄金饰品的含金量不一,有70%的,有50%,甚至还有30%。而我国的黄金饰品含金量可以达到99.9%,这是纯度最高的黄金,属

于足金。

消费者在网购平台买到假黄金引发的投诉与日俱增。在黑猫投诉平台,仅“假黄金”一项投诉就达5000多条,涉及黄金“掉色”“镀金掺假”“含金量不足”等问题。

记者了解到,线下黄金饰品店铺会在最显眼位置,标注当天金饰价格。柜台里,金饰带有质检卡,标注成分、克重、工艺费等。但在一些线上销售平台,不法商家正在让黄金饰品网络销售平台成为消费者投诉黄金售假的重灾区。比如,一些带货直播间用打折宠粉、超低价秒杀等套路,一步步引导消费者买单。消费者一旦买到假黄金,维权往往会被遭遇“踢皮球”——店家推给主播,主播推给消费者,部分平台则是睁一只眼、闭一只眼。最后,消费者只好作罢。

### 低价兜售存货 不可轻信

近日,记者在一家名为“黄金供货商”的直播间看到,主播以1399.99元兜售一款莲蓬金手链。实体店一

款外观相同的手链,重约10克,按原料金价加上加工费计算,该手链总价需要6000多元,与网店同款手链的叫价相差5000多元。究竟是网店老板亏本卖?还是手链非足金?消费者对此一头雾水。一些消费者发弹幕询问是不是真黄金。主播未正面回应,并表示“这是老板三年前的囤货,成本便宜”。

记者了解到,此轮黄金大涨始于两年前,当时原料金价每克370元,2013年“大妈抢购黄金”时的价格只有200多元,20年前的黄金价格甚至不到百元。福建宝协提醒,低价兜售的商家一般称原料是早些年低价进的,成本比别人低。这完全是一种骗人的伎俩。如果最终成交价比原料价还低,那么市民买到的往往是黄金含量不足的黄金首饰,否则珠宝店卖得越多,亏得越多。对于商家而言,由于黄金容易变现,每克只需减价几元,随时可以卖给工厂,商家无需开店甩卖黄金。目前黄金原料回收价已超过500元。

### 相关链接

## 黄金投资 不宜盲目追高

针对当前黄金市场热度不减的情况,福州外语外贸学院金融学院副院长、碳经济研究中心主任简逢陞认为,3月以来,黄金价格大幅上涨,国内外金价均创历史新高,使黄金价格在短期内存在回调风险。但从长期来看,在降息预期升温的大背景下,黄金作为重要战略性资产,仍将受到各国政府和投资者的青睐。就此而言,可根据自身情况,适度持有一些投资金条或者消费类的黄金饰品。

简逢陞提醒,目前黄金价格处于历史高位,影响黄金走势的不确定性因素仍然较多,对投资者专业性要求较高,从稳健投资角度,投资者需要根据自身风险承受能力去进行黄金投资,切不可盲目而为。