

智慧长沙大数据:有微信医保卡的市民数居全国第二 共享出行、外卖和便利店消费“最活跃”

6月28日,微信支付发布《微信支付智慧城市长沙》大数据报告,从消费、出行、餐饮、医疗等维度,全方位解析了长沙人的“智慧生活”。

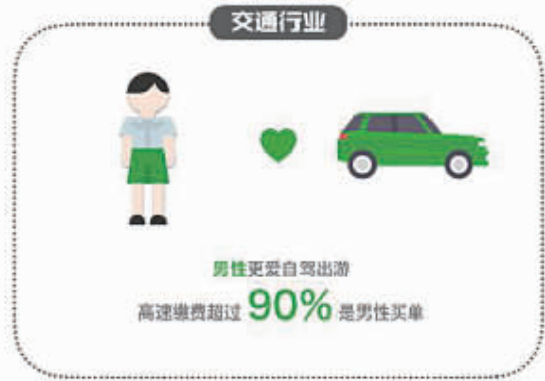
报告显示,长沙人消费最活跃的三大场景分别是共享出行、外卖和便利店。其中,60前喜欢逛超市,60后、70后和80后都爱共享出行,而80后和90后则是火锅店的常客,吃火锅的频率是其他年龄段的5倍以上,90后和00后则常常选择外卖。

此外,长沙男性和女性表现出不同的消费特征。长沙女性更喜欢在百

货购物中心“剁手”,消费力度是男性的2倍;长沙人人都是美食家,但男性爱去火锅店,女性则更爱去甜品店和咖啡馆;长沙女性对医疗健康更加关注,经常使用微信的基础医疗功能,而长沙男性则更多地关注政务民生信息,微信的户政和生活缴费是他们的常用功能。在出行方面,长沙男性喜欢自驾,高速缴费超过90%都是由男性买单。

懂得享受生活的长沙人,远比你想象的更加“智慧”。报告显示,长沙拥有微信医保卡的市民数位居全国第二,智慧医疗已经深入长沙人的生活。

■记者 杨田风



红色旅游迎高峰,年轻人渐成主力 今年暑期预计将有过亿人次选择红色旅游

“七一”将至,红色旅游升温。记者近日从国内各大旅行平台获悉,今年暑期,延安、上海、嘉兴、韶山等红色旅游地将迎来接待高峰,年轻人逐渐成为主力军。此外,受益于世界杯,俄罗斯作为海外红色旅游的首选目的地,7月中旬至8月底期间赴俄机票整体预订量同比增长超过三倍。

【火热】机票预订增两成

从国内各大旅行平台的数据来看,今年暑期,预计将有过亿人次选择红色旅游。其中,“七一”建党节和“八一”建军节前后,都是出行高峰期。数据显示,延安的旅游热度最高,嘉兴、井冈山、遵义、韶山、南昌等地也跻身十大热门目的地之列。前往这些城市的机票预订量也同比增长近两成。

记者查询在线旅游平台发现,“七一”前后,各地去往延安、遵义、井冈山等地的热门时段航班,已很难看到八折以下机票。对此,多家旅行社负责人建议,火车票票源较为充足,是不错的选择。

【现象】海外红色旅游兴起

近两年,红色旅游热潮也

从国内扩张到海外,渐成出境旅游“新风向标”。

据介绍,俄罗斯是海外红色旅游首选目的地之一,公开数据显示,世界杯期间,将有近10万中国球迷飞往现场观赛。“不少人在观赛的同时,趁机在当地旅行。”一家旅行社负责人说。而携程发布的数据显示,本届世界杯落幕后,俄罗斯旅游热度不减,7月中旬至8月底期间赴俄机票预订量同比增长超三倍。

据悉,除了俄罗斯以外,马克思的故乡德国特里尔、恩格斯的故乡德国伍珀塔尔等地,也是海外红色旅游的热门去处。

【趋势】年轻人成主力军

值得注意的是,红色旅游正吸引更多年轻人参与。“2017年,红色旅游游客平均年龄比往年更低了,平均只有35岁。”中国旅游研究院院长戴斌表示。

来自线上旅游平台的数据也显示,今年1至5月,参与红色旅游的游客群体中,60后和70后的人群占比已降至32%,80后和90后则提升至39%,00后占比也在大幅提升,同比增加六成,平均年龄较3年前的32岁下降到了如今的28岁。

■记者 丁鹏志 实习生 汪梦媛 通讯员 杨勇

7月理财收益将回落

本报6月28日讯 融360近日发布的理财分析报告显示,上周,理财产品收益率波动较小,其中宝宝理财和银行理财的平均预期收益率分别为3.92%和4.8%,较前一周无变化,网贷平台平均收益率9.87%,相比前一周略有上升。

需要注意的是,6月24日,央行宣布定向降准0.5个百分点。“预计可释放出7000亿元流动性”,融360分析师认为,“进入7月,降准后资金面进一步宽松,各类理财产品的收益率将有所回落。”

工银瑞信医药健康 6月28日起发售

面对今年上半年的震荡行情,医药主题基金凭借强大的防御能力,成为市场的一剂良药。近日,工银瑞信重磅推出工银瑞信医药健康股票基金,6月28日起通过工行、中行、浦发、中信证券、天天基金等代销渠道及工银瑞信直销平台全面发售。

目前全市场主动管理的医药主题基金,多集中于A股,可同时覆盖A+H股两地的产品屈指可数,工银瑞信医药健康股票基金覆盖医药+健康两大行业,横跨A+H股两地,将更好、更全面把握医药健康行业投资机会。

优惠提醒 下月底之前有支付优惠

记者了解到,6月25日至7月24日期间,每逢周一至周五使用微信支付都能享受到一系列优惠。

在参与“移动支付智慧长沙”活动的商户中,微信扫一扫活动小程序码,即可领取代金券,享受随机立减优惠。支付完成后,能额外领取

满30元减3元的优惠券。

另据悉,长沙太平老街现已全面接入微信支付,在“太平老街示范街”的商户中,用微信扫一扫活动小程序码,同样可以领取代金券,使用微信支付消费满19元立减2元。支付完成后,还能额外领取满19元减2元的优惠券。

500余名湖南零售人共话行业变革

本报6月28日讯 今天,由湖南省商务厅、省农委等单位指导,长沙市零售商业行业协会、长沙市电子商务协会联合主办的2018年第四届湖南零售行业发展高峰论坛在长沙举行,来自全省的500余名零售行业人就零售行业创新以及如何更好地为消费者美好生活服务进行了探讨。

当前,零售行业正处于变革发展的关键期,湖南零售行业的各种业态创新案例层出不穷,如便利店、无人购物、社区团购、智慧小店等发展均处于全国领先

水平。尤其是省会长沙,已成为时下“新零售”的试验田。

长沙市零售商业行业协会会长李顺表示,2018年1月至5月,长沙累计实现社会消费品零售总额1806.1亿元,同比增长10.4%,高于全国水平,发展趋势强劲。

记者注意到,上半年,湖南商业创新不断。如,步步高牵手腾讯、京东,探索智慧零售;长沙国金中心开业,刷新湖南高度;友阿集团、通程集团、王府井百货等百货品牌,也开始关注场景体验的优化,寻求科技的融合,积极探索会员服务的新模式。 ■记者 朱蓉

奥克斯空调借动画电影全面发力 原创 IP 营销获海量好评

在刚刚过去的儿童节,各行各业又上演了一轮没有硝烟的“营销战”,各大品牌纷纷发力,抢占“宝贝经济”市场。

作为“家电界的时尚先锋”,奥克斯此次营销手法不落窠臼,以官方吉祥物小奥为原型推出IP动画影片,引发行业及媒体等多方关注。

变幻莫测的市场 不变的奥克斯品牌理念

据悉,此次《小奥故事之思念的温度》并非奥克斯首次跨界影视圈的尝试,此前奥克斯曾携手欧阳娜娜为粉丝奉上追梦题材影片《我,不

止于我》,呼吁大众勇敢逐梦,影片上线后大获好评,引发网友热议。

奥克斯出品的亲子陪伴题材影片《树洞的秘密》同样深受广大喜爱。此次奥克斯再度跨界影视



圈,首次围绕品牌形象IP小奥全新媒体及泛娱乐化的高速发展,多元化

创作。通过不断丰富小奥IP形象与消费者进行深层互动,吸引年轻消费群体,助力奥克斯争夺年轻消费市场。

打造IP成为当下品牌布局重要营销战略

随着“互联网+”时代的新

的IP打造方式被深度挖掘,与此同时,各大企业也开始争相角逐,致力于打造属于自己品牌的IP。此前,京东、三只松鼠、海尔等品牌企业借助自身IP形象,打造的动画影片颇受消费者好评。

行业人士表示,奥克斯此次跨界打造自主IP大电影,是其深挖消费者情感需求的又一次创新尝试。此举无疑又一次增强了消费者对品牌的好感度和用户粘度。奥克斯此次以小奥为主角,显然是要全面打造小奥IP形象,从影片名也不难看出,接下来奥克斯必将为大众带来一系列创意满满的小奥IP故事,我们不妨拭目以待。