结婚消费能力提升 倒逼行业转型

青年报 王霞

结婚这门生意越来越难做——这是国内不少“婚礼人”共同的心声。据民政部发布的调查数据显示，去年全年上海地区结婚人口更是创6年以来最低，跌破14万对。

结婚 消费升级倒逼转型

上海婚庆行业协会会长曹仲华认为，结婚行业正面临一场包括产业、服务在内的“融合”革命。

“人口红利正在消失。经济状况的提升、家庭和结婚观念的转变，以及90、95后对个性化、对服务体验的极致追求，都在促使结婚行业自我革新。”美团点评集团高级副总裁、点评平台及综合事业群总裁张川在近日接受采访时如是剖析行业变革的深层原因。

消费升级正倒逼结婚行业进行转型。上周六，美团点评首家线下结婚体验中心“LOVE LAB在陆家嘴正大广场开启，联合沪上中高端结婚商户，采用众多先进科技元素，提供“一站式”结婚服务体验，致力于“让结婚这件低频高消、重决策的事情更加轻松、简单化”。

“虽然结婚人数在下降，但消费力却是上升的。”张川表示，“‘互联网+’的趋势是线上线下结合谁能抓住用户需求，谁就会在消费升级的转折点拿到下半场的入场券。‘LOVE LAB’的落地，是我们在低频行业用户服务模式上的1次探索和试水。”

据了解，目前美团点评设立的结婚频道提供包括婚纱摄影、婚庆公司、婚纱礼服、婚宴等13项结婚上下游子行业服务，覆盖商家逾18万。

协同 引爆行业服务整合

在结婚行业必备的如婚纱摄影、婚宴、婚庆、婚纱礼服等方面，体验中心引入了近600家优质商家的产品及服务。以婚宴场地为例，美团点评结婚频道拍摄了上海超过400家热门婚宴场地及婚庆策划视频，用户可通过VR“身临其境”体验这些婚宴场地，告别了“先预约再多家跑场地，只看到桌椅看不到效果”的传统模式。

在对用户全流程的消费和服务质量把控上，美团点评结婚频道专业工作人员将全面担纲体验中心的服务和咨询等，而美团点评首家推出的结婚保障产品“安心选”，也将对用户后续的消费和服务体验实行全方位保障。

“线下体验中心其实是我们线上平台数据的映射，为用户呈现最好的服务。”张川介绍说，“我们联合商家一起，通过现场体验、用户互动，帮助用户在结婚这件复杂的事情上做出最好的决策。”

据悉，截至开幕活动当天，已经有上万名沪上情侣及备婚用户报名到店体验。

关于该线下体验店的投入与产出，张川在接受采访时表示，体验店的中长期目标是能够帮助到所有备婚人群，甚至包括金婚、银婚等所有对生活品质和情趣有较高期待的人群，虽然该体验店的地段及占地面积均显示其成本不低，但张川表示“这是我们的决心，想把这件事做好。而且相对于我们结婚频道整体盈利状况而言，这个投入不算高。”

未来，以结婚业务为燃点，美团点评将协同引爆更多包括旅游、餐饮等在内的更多行业。

“尤其是旅游，未来我们可能会包下全球各地的迪斯尼或者英国一些庄园，来做类似业务。”张川透露，“行业发展进入大合作时期，平台应该主要关注两点，帮助用户筛选出更好和更适合的商户，然后把他们的服务进行串联整合。”

亚洲健身盛会FIBO CHINA启幕

数十家运动康复类产品企业参展

青年报 高彩云

日前，FIBO CHINA 2017上海国际健身与康体博览会在上海跨国采购会展中心再次启幕。由国药励展主办、德国励展公司协办的FIBO CHINA是亚洲地区健身领航展会，本届展会主题为“客户经营之道-客户互动与客户体验”，共吸引了来自全球25个国家和地区的300余个国内外健身领域知名品牌参展。

巨头齐聚共创新蓝海

随着中国健身人群的急剧增长，以及运动与营养搭配理念的宣传推广，健身产业又一大崛起的新蓝海——运动营养品市场备受关注。今年，FIBO CHINA的POWER运动营养区展览面积比去年增长1.2倍，吸引了IronMaxx、BioTech USA、Olimp三大欧洲运动营养巨头齐聚，运动营养品、运动饮料、膳食餐、益生菌食品、健康食品等60余个国内外知名品牌产品都将现场展示，10余家国外品牌通过FIBO CHINA在中国首次亮相。现场还将举办多场运动营养论坛和讲座，共商行业新发展。

沿袭FIBO德国的展会特色，运动营养品展商们邀请了近20位国际知名健身明星亮相FIBO CHINA 2017现场，UFC超级赛亚人-Sage Northcutt、比利时顶级健身男模-Erko Jun、世界上身材最好的男人-Jason Poston、爱尔兰钻石冠军王-Blessing Awodibu等将举办多场明星见面会，与中国健身爱好者们互动交流。

搭建交流合作新平台

近几年，在“全民健身”和“医体结合”的热潮中，不科学运动导致的运动损伤及之后的运动康复受到了社会各界的关注与探讨，运动康复的市场需求更是急速凸显。FIBO CHINA今年现场有数十家运动康复类产品的企业参展，并且在展前拜访了20余家运动康复机构及医院，深入了解市场及需求，在展会现场举办特邀买家运动康复主题交流会，并且FIBO CHINA国际培训上将有20多节运动康复相关的培训课程，邀请国内外知名运动康复专家学者，搭建优质的交流学习平台。

未来客户经营新考验

《健身房运营之道》新书发布会作为FIBO CHINA 2017上海国际健身与康体博览会重要活动之一隆重举行。出版方希望通过FIBO CHINA展会平台，将最前沿的健身房管理、营销的理念，推荐给健身行业从业者们，共促中国健身行业健康发展。

新书的作者赫尔曼·罗格斯亲临首发现场，分享健身行业提高客户体验，提升客户留存率的秘诀，并对健身行业的整体市场进行了分析。他表示，健身已成为世界上最大的“运动”之一，近10年来，健身人群每年都在持续增长。目前，就世界总人口大约2%~3%的市场渗透率来说，市场还远未达到饱和。未来，我们或将共同见证健身房客户运营由“销售中心”向真正“客户中心”的转变，从而将不断上升的健身需求转化为切实可见的健身行动，真正推动全民健身口号的落地实现。

■资讯

“坚果健康周”活动将在杭州举办

每天一把坚果瓜子，有益健康”的科学膳食理念正深入人心。由中国食品工业协会坚果炒货专业委员会倡导的、一年一度的中国坚果健康周活动将于9月17日至9月25日在杭州举行。

2007年，美国FDA向全球发布坚果食品具有五大健康功能，此后，我国政府发布的《中国居民膳食指南》也将坚果籽类食品列入其中，2016年5月国家卫生计生委发布最新《中国居民膳食指南2016》，再一次将坚果与籽类食品列入日常膳食结构表中（每人每天推荐食用量为25克至35克）。2016年第一届中国坚果健康周活动举办，线上线下就有近一亿人次参与。

伴随互联网新型营销模式与传统营销模式的融合以及国内坚果籽类食品市场国际化程度的提高，坚果炒货市场的竞争也越来越激烈。基于此，此次活动将以四大联动形式即场内与场外、线上与线下、企业与消费者、全行业与全社会联动开展。

此次大会还将发布2016年全国坚果炒货行业经济运行报告及2017年行业分析、2017年度全国坚果炒货食品具有健康价值与创新价值产品品牌榜。

青年报 于诗婕

杏花楼中秋推新品“椰皇流心月饼”

年年中秋节、年年杏花楼。每逢中秋佳节，人们熟悉的黄拎袋便在沪上的大街小巷中流行起来，美丽嫦娥翩翩起舞，年复一年，飞进千家万户，这是上海杏花楼总店分店门前经久不衰的一道极富韵味的独特风景。

口味“新”加“好”是消费者选择杏花楼月饼的最重要原因。作为百年老字号，产品有口碑，但要真正点燃消费激情，杀手锏还是推陈出新。今年中秋，杏花楼重磅推出精致小巧的“椰皇流心月饼”新口味。掰开之后，雪白的椰浆馅缓缓流出，混合淡淡的奶香，如丝般幼滑的口感甜而不腻，松软可口，吃一口满口留香，令人回味无穷。如将月饼放置冰箱冷藏室内5至10分钟后，不仅椰浆依然能够流动，且甜度降低，口感更佳。

打开礼盒盖，揭开遮挡的磨砂纸，一颗颗诱人的“小可爱”精致地成列在晶莹剔透的饼盒中，整体感觉赏心悦目、食欲倍增。

其实变化、改变就是创新，“椰皇流心月饼”是集百家之长，同时又添加了杏花楼自家特色，将成为今年月饼市场销售中的一个闪亮点。还有一个月就是中秋佳节，这款“椰皇流心月饼”会不会成为“网红”而引发市场疯抢呢？让我们拭目以待。

青年报 解敬阳