



满是“盒装鸡蛋”的 西班牙秋季礼品展

胡勇勤

还未从穿梭巴士上下来,就远远地看见一盒盒彩色包装的鸡蛋放在展览馆的入口处,任由参观者践踏,每年春秋两季的巴塞罗那室内装饰及礼品展就用这种“惨不忍睹”的方式,拉开了2004年秋季展的序幕。难道是西班牙人又发明了什么新式的反恐

安检方法?待一头雾水的我走上前去仔细一瞧,不禁哑然失笑,同时也为欧洲人的创意设计和幽默叫好。原来这是一家参展公司想出的怪招,将最新设计的家用体重秤——“彩色盒装鸡蛋”放在了门口,让所有经过的参观者都尝试一下“如履蛋壳”的新奇感。这招果然奏效,所有从体重秤上下来的尝试者,对秤上数字的多少已经毫不在乎,倒是心情变得比阳光还要灿烂……

我仔细数了数,展馆内做艺术家授权产品的,居然有十来家公司,看来传统的礼品已经渐渐抵挡不住现代人类喜新厌旧的眼光,只有独具特色与创新的礼品才能让钱夹蠢蠢欲动。同时我也非常看好这类兼具趣味性、欣赏性及实用功能的产品在今后礼品市场的发展,不过由于其艺术家授权的特殊性,任何一件东西都价格不菲,但其迅猛发展的势头却如雨后春笋般不可阻挡。除了这数10家公司以外,我也为另外近2000个展位的精彩而流连忘返。

(一) 收藏类礼品

收藏类礼品包括具有收藏价值的陶瓷塑像、洋娃娃、盘子、画、装饰



品、古典家具等。由于近年来收藏品市场规模持续稳定地增长,其销售增长也是最快的。

(二) 芳香类礼品

该类礼品包

括:香味蜡烛、干燥香花香草、室内芳香剂(如精油、香薰炉等)、衣橱芳香剂(如



香花香草袋、香包)及其它类芳香礼品(焚香、香膏)。其中又以芳香治疗用品最受欢迎。

(三) 宠物礼品

由于养宠物的风气盛行,宠物礼品已经成为礼品市场的新秀。在国外有半数以上的家庭拥有猫、狗、鱼、鸟

等宠物。而大多数的家庭都会在圣诞节、宠物生日时为宠物送礼,而亲朋好友也会借此机会送礼。

(四) 手工艺品



这一市场规模正在迅速增长,主要包括人造花和植物、画框、刺绣、绒绣、陶器、蛋糕装饰用品、工艺蜡烛、烛台、民俗工艺品、木制装饰品。特别是以花卉、庭园、热带风情、野生动物等为主题强调休闲感的产品,广受欢迎。我想这非常符合现代人渴望能从忙碌的工作步调中,让心灵得到释放的要求。所以代表返璞归真与宁静的环保色系,例如柚木棕色、稻穗黄、新叶绿等亦将普遍流行。

(五) 贺卡、包装材料、纸制品、圣诞及节庆用品

在贺卡销售中,节庆贺卡居半,另一半则为一般贺卡,特别是非特殊场合的问候卡销售呈增长趋势。图案则流行复古风



与花卉图案,以金属色和鲜艳的色彩为主。

这其中值得学习借鉴的是欧美礼品包装设计,特别是他们着力于创意,采用简约有冲力的形式,用幽默婉转的方式传达信息的理念。

(六) 文具、家庭办公用品

日益增长的家庭办公人数和涵盖各年龄层的学校用品是该市场的生力军,其中又以有个性的桌灯、笔、文具、电脑配件等为畅销。



(七) 户外园艺用品

风铃、鸟屋、吊床……能和自然融

为一体的东西好像永远都有市场。

(八) 玩具

主要为打斗玩具、婴儿玩具、学龄前儿童玩具、游戏、拼图、绒毛玩具、娃娃、骑类玩具、仿成人玩具等传统玩具,由于儿童玩具日趋成人化和复杂化,因此玩具市场中的新宠当数那些多功能的交互式玩具和游戏,其中电子游戏的涨幅无疑最大。我对未来的传统玩具和游戏市场所抱的态度不是很乐观。

(九) 玻璃器皿

欧洲和远东地区始终处于该类中高档商品的霸主地位,市场增长稳步前进。

(十) 珠宝首饰

虽然高含金量和高质量的珠宝首饰很受消费者的欢迎与喜爱,但其市场主要依赖于婚礼市场的大小,在目前初婚率不断下降的情况下,其增长幅度不会太大。但仿真首饰由于款式新颖,追求时尚,且价位较低,因此拥有更广大的市场。



(十一) 居家用品

在欧洲,过节时买一个新的灯或者换一个灯罩,就如同中国人贴春联、挂灯笼一般开心,所以有特色的灯饰永远都不乏巨大的市场。

而一些生活必需品现在也逐渐走入礼品的市场,如特色家具、厨房用品、沐浴用品及个人保养品等正将礼品市场带入多元化的新领域。

最后,我想说的就是虽然如今非传统销售发展迅速,通过网络购物者渐多,礼品邮购、电视购物及博物馆、艺廊等亦成为礼品业竞相占据的焦点,但专业的礼品展览活动乃是礼品厂商拓展市场最佳的销售方式,因为展览会场系各类专业买主,小至零售商大至专卖连锁商的聚集之处,积极参展是厂商提高曝光率和增加贸易机会的较佳途径。