

中华织棉服装畅销美日

蝴蝶兰全市就销售了25万盆以上,销售额超过1500万元,杜鹃销售30万盆,销售额达到600万元左右,郊区主要花卉生产基地生产的鲜花基本销售一空,有些基地不得不紧急从外地调运,以满足需求。节日期间,各花卉市场的日销售额达1000万元以上,预计全市鲜花销售近亿元。

以民俗文化为主题的传统庙会,成了人们欢度新春的主要活动。据统计,节日期间逛厂甸庙会的游人达到200万人次以上,地坛庙会为150万人次,龙潭湖庙会也超过了100万人次。阔别京城百姓37年的北京标志性庙会——厂甸庙会再现京城,风车、空竹、大糖葫芦、风味小吃一应俱全,形成与其它庙会不同的老北京民俗文化特色。在厂甸庙会上,大糖葫芦一天销售额达到8000元,空竹卖出2000元。

与往年相比,京城各大著名庙会均可见到以“申奥”为主题的各种类型的活动。在龙潭湖庙会上,国家体育总局、体育明星与市民们一起,在一块长2008寸的丝绸条幅上签名;

节日餐饮市场持续旺销。东直门外、北太平庄、方庄等形成规模的餐饮街以餐点集中、选择性大、风味异同、营业时间灵活等优势,吸引了喜爱夜生活的消费群体。如东直门内餐饮一条街从除夕到正月初六实现营业收入380万元,同比增长25%。各大庙会、繁华商业区等地带的餐饮企业,销售异常火爆,饮食外卖供不应求。全聚德今年新开展的邮递烤鸭业务,仅除夕夜就速递烤鸭上千只;丰泽园主、副食八大件外卖超过10吨;川老大微波系列两万盒也被销售一空。

据香港成衣商透露,中华图案织棉服装,近一时期在美日畅销。这些服饰主要分两类:旗袍及新潮又有“中国味”的上衣、外套等;“上海滩”风格一直也流行,因其服饰适合平日穿着。底色一般以黑、蓝、红为主,布料多采用织锦缎。在千变万化的图案中,花为主流。当然,图案越新款越能取悦买家,以龙凤为例,就有百多款变化。

美国消费者中,六成是外国人,四成是华人;在东南亚,外国游客与当地华人消费平均各占一半,要求的款式大致相同,只是衣服尺码有大小之别。

从买家处得悉,较早前销量不俗,特别款式的销量更好。以旗袍为例,款式没有很大变化,只是以剪裁、质料及图案吸引买家。

与1999年相比较,传统、基本的款式每年销量平稳,难有突破,只有被人们接受的新款才会有较大的增长。

据业内人士透露,适合20至30多岁的女士穿着的中国服饰较被看好。香港离岸价几乎10至13美元,属中价位,当中较多以真丝制造,并配衬以不同的绣花图案。

