

## 礼品经济迎来 花样年华

中国人自古崇尚“来而不往非礼也”。“礼”在社交往来中扮演着重要的角色，“千里送鹅毛，礼轻情意重”的说法就是很好的体现。传统的消费习俗在我们这个文明古国撑起一个潜力巨大的经济门类——礼品经济。据了解，中国每年的礼品消费超过600亿元，随着人们生活水平的提高，礼品市场将在一定时期内保持稳定的高速增长，礼品经济迎来了“花样年华”。

礼品是撬开商业大门的金钥匙。据说，日本产品之所以能够迅速打入美国市场，秘密武器就是日本人附赠的小礼品；在美国，商业礼品是产品促销、品牌传播、企业树立形象最直接的广告。

礼品是传播的媒介，对员工的赞赏，对合作伙伴的支持，对消费者的答谢，对爱人的关心，对母亲的牵挂，对孩子的鼓励……礼品能帮你表达和传递各种情感。

如今，人们的消费观念发生了巨大的变化，逐渐由实用性消费向更高的精神领域和文化领域消费转变，这对礼品行业提出了更高的要求，也带来了难得的历史机遇。

作为千年帝都，洛阳每年都能吸引成千上万的游客。游客游玩后，会给亲朋好友带哪些“洛阳礼”呢？近日，由洛阳日报报业集团推出的“洛阳礼”巡礼季活动正式启动。活动依托我市深厚的历史文化内涵，对各种特色的“洛阳礼”进行梳理、整合，从而更好地打造“洛阳礼”品牌，并使入选的“洛阳礼”商品实至名归，成为最受人们欢迎的洛阳形象礼物。

本期，让我们走近牡丹十二品，感受“洛阳礼”的独特魅力。

（张宝峰）



绘制 崔莉莎