

春节将至,少了春运返乡的熙熙攘攘,多了就地过年的责任和期许;少了外出狂欢的激情,多了家中小聚的淡然。在这个春节全新的“打开”模式下,消费者的餐饮、旅游和娱乐生活将呈现出哪些新的特点和趋势呢?

吃

异乡过年“云聚” 居家火锅“开涮”

□ 本报记者 卢岳

今年特殊的一年,疫情之下全国多个省份发出“原地过年,非必要不返乡”倡议,与此同时,为了加强防控,不少消费者也将原定在饭店餐厅的年夜饭逐渐转移到家中。如何让这个特殊的春节“美味”“温情”两不误?

美好食品把高品质火锅食材送到家

近日,记者走访了多家餐厅和商超看到,随着将年夜饭重新搬回家中的消费者逐渐增多,不少餐厅开始推出预定半成品年夜饭和年夜饭配送服务,以确保消费者在家同样能享受到“大厨水平”的菜品。相关数据显示,消费者在今年年夜饭的形式上更青睐居家进餐,而以往的“家族式”大聚会逐渐变成了几口之家的“小聚”;在春节期间居家用餐的菜品和形式上,年轻群体更愿意选择火锅,而选择理由则以烹饪简单、口味好、有气氛为主。

记者了解到,作为新希望六和旗下初入市场的高品质火锅食材供应商,美好食品以“农家小酥肉”为代表的系列火锅食材在商超纷纷与消费者见面——酥脆的农家小酥肉、酥炸平菇,欲罢不能的麻辣、嫩滑牛肉片和筷子牛肉、火锅牛排,鲜香的香滑猪肉丸,还有美好小香肠、午餐肉和脆皮肠,满足居家火锅中消费者对肉质涮品的所有想象。而美好食品此次线下火锅局的体验式互动,通过直播抽奖、粉丝互动、组团吃火锅等环节,与线上的粉丝一起“云聚餐”,为2021年送上热气腾腾的“美好”。

九阳让居家火锅更简单“有味”

在采访中记者了解到,涮火锅成为春节档居家用餐的热门选择,而高颜值的“锅”也成为助力美味的必需品。不少消费者表示,春节举家团聚时一款好用又好看的电火锅必不可少。

本报记者注意到,春节前夕,国民



小家电器品牌九阳与可口可乐合作推出了“可乐味”系列联名厨具。其中通体红色的多功能电火锅凭借高颜值的外观和讨喜的寓意迅速成为春节档的“网红产品”。记者看到,此款“可乐味”电火锅在包装设计上以可口可乐经典红为底色,与新春氛围相得益彰,颇有春节的喜悦感。加之其超大尺寸、超高配置和超大火力,实现三四个大人开涮不用等,让春节期间在家吃火锅变得简单安全同时,又年味十足。

据悉,此次九阳与可口可乐联名厨具系列产品内除了电火锅外,还有电烤箱、空气炸锅、三明治机以及小奶锅,全方位满足了消费者们居家烹饪的需求。

海底捞助力异地亲友“云开涮”

记者看到,除了美好食品和九阳将高端火锅食材和火锅厨具搬进家外,传统线下火锅的“扛把子”海底捞也于2月4日正式开启正式“云嗨聚·联接爱”异地云聚餐服务。海底捞相关负责人表示,此次活动由海底捞火锅海内外超40个城市共57家门店一起参与,覆盖北上广深等一线城市以及河南信阳、江西上饶、四川宜宾等三四线城市,以及泰

国、马来西亚、印尼,助力海内外游子与远距离的亲朋好友云相聚。

据了解,参与云聚餐服务的海底捞火锅门店均设置了“云包间”,消费者可通过华为云会议服务和华为企业智慧屏与家人亲友云上相聚,边吃火锅边聊天,实现见屏如见面同时,还可以和亲朋好友异地同屏体验“你画我猜”“一起来找茬”等游戏。

本报记者了解到,为了让就地过年的消费者吃好吃好每一顿饭,海底捞全国各门店、外送也在积极配合各地疫情防控工作的同时做好备货、配送等相关工作。大年三十、初一正常营业的门店超过750家;而为了保障居家就餐,海底捞火锅全国已有300余家门店开放自提业务,随着春节临近,后续会有更多门店陆续开通自提;外送则在提升网点密度、增加运力方面都做了相应筹备。

业内人士指出,2021年年夜饭及春节档就餐地点将重新回归家庭,但菜品的品质和用餐种类却呈现出形式更新、品质更高、味道更好等趋势。消费者亦期盼地表示:“虽然即将到来的2021年春节年夜饭,相对往年的外出用餐多了些忙碌,但想到一家人围坐在餐桌旁吃着有料的火锅,幸福感一定会爆棚。”

管家贴心服务实现“完美回家”

值得注意的是,在春节期间,荣盛康旅将启动“幸福计划”,旗下社区将安排一对一管家,为业主提供专属暖心服务。据介绍,为了让业主和消费者的社区及酒店入住更加便捷健康,荣盛康旅管家将提前为房间通风祛味并布置新春装饰,为了让年味更浓,管家还将对生活主上拜年、提供社区跑腿购买生活用品,更推出百种年货提前订,并由专属管家送到家,为业主节约更多时间用来尽享团圆。而年夜饭的送餐服务,则保证业主足不出户就可以让美食和

看

多样化观影 让春节“年味”更足

□ 本报记者 卢岳

网购年货、反向春运、预制菜订单激增……随着春节的临近,线上线下各类消费行为不约而同透露出一种讯号:由疫情带来的消费变革正在成为人们生活的日常。经历了去年的“最宅春节”,“云过年”成了许多人今年春节假期的主题。

加强防疫措施 丰富观影服务

相关数据显示,在“就地过年”的倡导下,不少消费者选择春节期间和亲友通过看电影的形式感受“贺岁”的节庆气息。本报记者了解到,为了让今年春节期间的观影体验更加安全健康,万达院线针对春节档推出丰富的线下线上观影活动,例如继续延续与联的心意·故宫食品跨界合作推出第三届“朕要看电影”主题活动,联动微博豆瓣发起的“最强贺岁档”和“我的贺岁片记忆”主题活动外,更编撰了《万达影城新冠肺炎防疫手册》,详细制定了影院防疫标准、防疫流程和应急预案,并日常采取包括影厅通风换气、各类观影、放映、娱乐设备严格消毒、员工健康管理等多项严密的防疫措施,全力保障影迷观众的观影安全。

AI社交打破空间局限

值得注意的是,为了在有限的空间里“放飞自我”“见屏如面”,今年春节期间,互联网电视大屏成为传递“年味”的全新载体。本报记者了解到,海量内容、搭载社交功能的家庭互联网AI云平台海信聚好看,也为全国5000多万家庭准备好了一桌“精神年夜饭”。

“不想家是不可能的,不过去年父母刚学会用电视视频通话,他们围在电视前的样子还挺可爱的。”小王父母家的电视是去年春节期间购入的海信社交电视。搭载了聚好看科技推出的全国首个电视社交系统,社交电视支持六路视频通话、边看边聊等功能,今年的春晚,他打算与父母开着视频一起看。

记者了解到,小王这样就地过年的年轻人,在一线、新一线城市中不在少数。疫情之下,支持摄像头功能的社交电视不断解锁客厅应用场景,让居家办公、在线教育、健身娱乐的门槛都大幅度降

低。2020聚好看生态屏白皮书显示:去年一年,支持1000方在线视频的聚好看大屏社交系统在线视频时长超过426.4万分钟。今年春节,和居住全国各地的远方亲友通过家里的电视相互“云拜年”、分享好电影,通过聚好看,一样可以阖家团圆。

春晚、红包、民俗是构成“年味”的最重要元素,提倡就地过年的春节,是否还能年味依然?记者看到,这个春节,互联网电视大军已经为此做好了准备——聚好看活动运营将“年味三要素”搬上了大屏,通过海信、东芝、VIDAA等品牌的电视大屏,传递到千家万户的客厅中;“新春嘉年华”专题策划设计了春晚专区、百万红包雨、民俗猜一猜等丰富多彩的内容与互动活动,让家庭用户的“室内游”充满趣味。

专家指出,家庭大屏仍将像2020春节一样,在“春节档”起到重要作用。作为补旧片、看新片的重要时期,聚好看为平时忙于工作的上班族精心策划了“春节观影日志”、“补剧大作战”、“历届春晚大盘点”等多类型、全维度的影视内容,并响应广电总局的号召,推出限免片单丰富宅家过年家庭用户的精神文化生活。

多样化观影让“年味”更足

原本需要呼朋引伴出门消费的K歌,现在足不出户,在聚好看K歌频道上连个麦克风就能实现。作为OTT行业中唯一进行深度整合的大屏K歌产品,聚好看发挥自主创新,首创异地连麦功能,包含海量MV曲库,无论是抖音神曲还是流行金曲,将KTV体验进行完美复刻。健康年少不了合理锻炼,聚好看AI体感健身通过摄像头精准捕捉人体18个关节部分,精准监测运用轨迹,并在春节假期上线了搏击操系列、BTM青少年系列、零基础学街舞、现代舞入门等多个热门课程,让客厅瞬间切换成健身房。

记者看到,2021年春节,除了传统观影渠道持续发力防控和多样化服务外,互联网电视也从单一的“看”到好看、会玩、能教学、会生活,由客厅大屏引领的“客厅经济”正在成为人们日常生活的一部分。就地过年,云端互动,赋予屏幕“有趣的灵魂”,将在2021年春节为消费者们增添更加健康欢乐的观影氛围和体验。

全国万家酒店使用。消费者提前在线预约即可入住,有效期至2021年3月31日,并且活动期间内支持“过期退、随时退”。

春运期间,实时掌握最新防疫信息、安全放心出行成为消费者重点考虑的因素之一,为此同程旅行近期上线了“平安春运 省心同程”专题,推出全国春运大数据防疫保障平台。平台汇集了“同行程查询”“核酸检测站点地图”“全国隔离政策查询”“客流趋势查询”“网约车政策”等功能,为消费者出行保驾护航。

游

□ 本报记者 卢岳

春节临近,“就地过年”成为2021年春节最特殊之处。对于往年的旅游市场而言,春节假期举家出游成为更多消费者的选择,而防控常态化下的2021年春节期间的旅游市场将呈现出哪些新特点?

“城市周边游”热度攀升

数据显示,2021年全国春运期间预计发送旅客17亿人次左右,比2019年下降四成多,比2020年增加一成多。不少消费者积极响应“就地过年”倡议,火车作为出行选择较多的交通方式之一,2021年的火车票不再“一票难求”,全国大部分车次余票充足。由于供需关系的变化,春节期间机票价格持续走低,出现部分机票票价低于高铁二等座票价的情况。

与此同时,在“就地过年”效应影响下,相比往年的异地“长线游”,今年春节大家越来越倾向于短周期、近距离、

慢节奏的出游方式。同程旅行平台数据显示,平台上自驾时间在1至3小时的城市周边酒店的搜索热度不断攀升,搜索量较前一周期增长近七成。

“酒店+年夜饭”玩法走俏

记者看到,新形势下的2021年春节,不少人不再选择以走亲访友为主旋律度过春节,而是带着孩子、家人一起“宅酒店过大年”。同程旅行相关负责人表示,“酒店+”玩法和产品热度不断上升,如“酒店+景区”、“酒店+大型游乐场”、“酒店+年夜饭”等。其中,周边游“酒店+景区”组合套餐的搜索量增长近六成,适合全家一同出游的家庭房、亲子房、温泉房等,相比往年出现快速增长。

记者在采访中了解到,对于选择留在“奋斗城市”的年轻消费群体而言,电竞房、影音房、棋牌房等休闲酒店为提供了更多娱乐选择,他们更倾向于在酒店里面K歌、看电影、玩桌游等。此外,面对不少酒店不允许携带宠物入住,一些消费者会选择可携带宠物、相对友好的民宿度过春节假期。

记者了解到,为了让消费者在酒店

城市周边游走俏 “酒店+”玩法受青睐

过年体验更佳,亚朵集团联合18家品牌在春节期间为消费者推出多重服务和优惠。例如春节期间提前1天预订就能享受优惠折扣,连住6天更能享受到6.66折的价格;此外,消费者通过亚朵APP可以领取包括亚朵生活、海底捞外送、滴滴、顺丰、e袋洗、王小卤京东读书、一嗨租车、首汽约车、万顺叫车在内的拜年服务礼券,一站式满足入住期间的全方位需求;除夕当天,部分人住用户还有豪华零食大礼包等。

“在家吃饭”完美结合。

荣盛康旅相关负责人告诉本报记者,社群作为一个温暖的情感共同体,丰富的活动是必不可少的,荣盛康旅在春节期间打造的新春社群活动,结合民俗文化、传统文化、在地文化,从除夕之夜到大年初六,让每一位在社区过年的邻居们都体会到浓浓的年味。此外,春节期间荣盛康旅共享汽车还未消费者提供经济便捷的出行方式,旗下布局全国16个站点,覆盖12个城市,共计500辆新能源车辆,更提供多条自驾游线路。

酒店卫生环境成消费者最关注热点

值得注意的是,出于对国内零星疫情的担心,酒店的卫生环境是消费者最为关注的点。数据显示,今年春节期间,中高星酒店更受消费者的青睐,在同程旅行平台上中高星酒店的订单占比超过七成。记者从同程旅行的数据看到,今年春节期间酒店预订量靠前的城市基本集中在一线、新一线或休闲度假型城市,分别为上海、三亚、广州、北京、重庆、苏州、杭州、宁波、深圳、南京,本地客源贡献了绝大部分订单。



多样化观影 让春节“年味”更足

□ 本报记者 卢岳

网购年货、反向春运、预制菜订单激增……随着春节的临近,线上线下各类消费行为不约而同透露出一种讯号:由疫情带来的消费变革正在成为人们生活的日常。经历了去年的“最宅春节”,“云过年”成了许多人今年春节假期的主题。

加强防疫措施 丰富观影服务

相关数据显示,在“就地过年”的倡导下,不少消费者选择春节期间和亲友通过看电影的形式感受“贺岁”的节庆气息。本报记者了解到,为了让今年春节期间的观影体验更加安全健康,万达院线针对春节档推出丰富的线下线上观影活动,例如继续延续与联的心意·故宫食品跨界合作推出第三届“朕要看电影”主题活动,联动微博豆瓣发起的“最强贺岁档”和“我的贺岁片记忆”主题活动外,更编撰了《万达影城新冠肺炎防疫手册》,详细制定了影院防疫标准、防疫流程和应急预案,并日常采取包括影厅通风换气、各类观影、放映、娱乐设备严格消毒、员工健康管理等多项严密的防疫措施,全力保障影迷观众的观影安全。

AI社交打破空间局限

值得注意的是,为了在有限的空间里“放飞自我”“见屏如面”,今年春节期间,互联网电视大屏成为传递“年味”的全新载体。本报记者了解到,海量内容、搭载社交功能的家庭互联网AI云平台海信聚好看,也为全国5000多万家庭准备好了一桌“精神年夜饭”。

“不想家是不可能的,不过去年父母刚学会用电视视频通话,他们围在电视前的样子还挺可爱的。”小王父母家的电视是去年春节期间购入的海信社交电视。搭载了聚好看科技推出的全国首个电视社交系统,社交电视支持六路视频通话、边看边聊等功能,今年的春晚,他打算与父母开着视频一起看。

记者了解到,小王这样就地过年的年轻人,在一线、新一线城市中不在少数。疫情之下,支持摄像头功能的社交电视不断解锁客厅应用场景,让居家办公、在线教育、健身娱乐的门槛都大幅度降

低。2020聚好看生态屏白皮书显示:去年一年,支持1000方在线视频的聚好看大屏社交系统在线视频时长超过426.4万分钟。今年春节,和居住全国各地的远方亲友通过家里的电视相互“云拜年”、分享好电影,通过聚好看,一样可以阖家团圆。

春晚、红包、民俗是构成“年味”的最重要元素,提倡就地过年的春节,是否还能年味依然?记者看到,这个春节,互联网电视大军已经为此做好了准备——聚好看活动运营将“年味三要素”搬上了大屏,通过海信、东芝、VIDAA等品牌的电视大屏,传递到千家万户的客厅中;“新春嘉年华”专题策划设计了春晚专区、百万红包雨、民俗猜一猜等丰富多彩的内容与互动活动,让家庭用户的“室内游”充满趣味。

专家指出,家庭大屏仍将像2020春节一样,在“春节档”起到重要作用。作为补旧片、看新片的重要时期,聚好看为平时忙于工作的上班族精心策划了“春节观影日志”、“补剧大作战”、“历届春晚大盘点”等多类型、全维度的影视内容,并响应广电总局的号召,推出限免片单丰富宅家过年家庭用户的精神文化生活。

多样化观影让“年味”更足

原本需要呼朋引伴出门消费的K歌,现在足不出户,在聚好看K歌频道上连个麦克风就能实现。作为OTT行业中唯一进行深度整合的大屏K歌产品,聚好看发挥自主创新,首创异地连麦功能,包含海量MV曲库,无论是抖音神曲还是流行金曲,将KTV体验进行完美复刻。健康年少不了合理锻炼,聚好看AI体感健身通过摄像头精准捕捉人体18个关节部分,精准监测运用轨迹,并在春节假期上线了搏击操系列、BTM青少年系列、零基础学街舞、现代舞入门等多个热门课程,让客厅瞬间切换成健身房。

记者看到,2021年春节,除了传统观影渠道持续发力防控和多样化服务外,互联网电视也从单一的“看”到好看、会玩、能教学、会生活,由客厅大屏引领的“客厅经济”正在成为人们日常生活的一部分。就地过年,云端互动,赋予屏幕“有趣的灵魂”,将在2021年春节为消费者们增添更加健康欢乐的观影氛围和体验。

全国万家酒店使用。消费者提前在线预约即可入住,有效期至2021年3月31日,并且活动期间内支持“过期退、随时退”。

春运期间,实时掌握最新防疫信息、安全放心出行成为消费者重点考虑的因素之一,为此同程旅行近期上线了“平安春运 省心同程”专题,推出全国春运大数据防疫保障平台。平台汇集了“同行程查询”“核酸检测站点地图”“全国隔离政策查询”“客流趋势查询”“网约车政策”等功能,为消费者出行保驾护航。

2021年春节期间全国酒店预订热门城市

