

“浙”里年味很足 “淘宝式拜年”成为新年俗

本报记者 叶德宝 毛华敏 口 马佳丽

在当前疫情防控形势依然严峻复杂的情况下,很多人选择了“就地过年”,网上买年货、快递送祝福成为传统拜年方式的有益补充,也为提振春节消费、激活内需市场添了一把“火”。

“真金白银”让浙浙人员过好年

节前,浙江的各大快递公司发布公告表示,春节期间快递不打烊,并推出各种留岗福利。“春节期间,留岗员工的工资和派送费都翻倍。”圆通速递服务有限公司浙江分公司相关负责人说。

1月18日,杭州出台《关于开展春节期间面向在杭外来务工人员“十送”关爱行动的通知》,其中包括发放

给“在杭务工、非浙江户籍并在杭缴纳社保的春节期间在杭务工人员”的1000元“在杭大红包”。

除了杭州市的“真金白银”,杭州各县区也出台了系列政策。上城区开展“情满上城”关爱外来务工人员“送祝福、送慰问、送服务、送电影、送健康、送关怀、送春游”的系列行动;余杭区启动“在杭外地员工留余杭乡村过大年”活动,通过政府引导,发放1000万元政策大礼包,可用于民宿(农家乐)住宿、民宿(农家乐)消费或指定网上渠道购买余杭特色年货等。

“淘宝式拜年”成为新年俗

淘宝数据显示,今年年货节首日,淘宝“年货”的搜索量激增240%。网购年货掀起的热潮,也让浙江的不少工厂、商家迎来史上最忙的

“年货节”。服饰、美食、饰品等多个产业带上,不少商家销量走势迅猛。

为了支持“淘宝式拜年”成为新年俗,浙江各地市“各显神通”。湖州市与抖音平台合作开展为期5天的年货节专场直播带货活动;嘉兴市举办了“居家嗨购 留‘嘉’过年”主题活动;台州市举办了“台州·阿拉尔线上年货节”。

自“2021全国网上年货节”活动启动以来,浙江商务系统紧密结合促消费、数字生活新服务行动等工作,以“网上浙年货”为主题,在全省各地组织开展形式多样、内容丰富的系列活动,全力保障全省春节期间居民消费需求,取得阶段性成效。

多部门保障市民持稳“菜篮子”

杭州勾庄农副产物流通中心的

各大农贸市场正平稳有序地运行着,绝大部分产品的价格波动不大。从杭州市商务局公布的数据来看,杭州各县市区肉菜供应充足,价格总体平稳。

记者从杭州市粮食和物资储备局了解到,为做好春节期间的消费及安全保障,该局要求市场要精准关注近期粮油价格和进出货动态,掌握第一手资料并及时报送相关动态情况资料,鼓励商户加大粮油进货量、备足库存,确保节日期间的安全供应。

杭州市商务局节前召集重点保供企业座谈交流,会上各企业也提出了自己的保供应举措。

戴口罩的一年:

口红销量下滑近半 美妆产品比往年火爆



从疫情暴发至今已有一年的时间,人们已经习惯戴上口罩。在口罩的掩护下,就算是最精致的丽人们,也减少了使用口红的频率。

记者从口红的生产商、线下专柜等多方了解到,在过去的一年,口红的销量有所下降。

“口红的销量下滑得比较厉害,下滑了差不多有一半,但是彩妆整体还是上升的,像眼妆的某化妆品公司的业务经理谢祺(化名)说。

口红销量下滑近半 眼部彩妆产品反而卖得很好

“大家都戴口罩了,口红涂得不是很多。”谢祺称,他们公司在过去一年的口红销量下滑得比较厉害,下滑了约有50%。

不过,谢祺所在的公司不仅生产口红,还生产眼影、眼线笔和眉笔等彩妆产品。他认为,嘴唇被藏在了口罩之下,消费者的关注点就从唇部转移到了眼睛等仍然露在外的部位。

“只是口红这个单品下滑了,但是像去年的眼妆产品就卖得很好,像眼线笔、眉笔、眼影,这些都卖得很火。”谢祺称,目前彩妆的整体销量还是呈现上升趋势的。

谭涛(化名)的运气不如谢祺好,他是广州另一化妆品公司的销售经理,主要负责的业务是口红等唇部化妆品,销量在过去一年受到了较大的影响。

“2019年我们几乎每天晚上都要加班,加班加点地去生产,但去年的话加班就比较少,因为(不加班的)产量完全够。”谭涛说。

谭涛粗略估算称,他所在的公司去年的口红销量下降了约40%,“一方面是受国内的影响,另一方面,去年上半年有的货没法出口,到下半年恢复了,但是国外的市场也不太好。”

一般来说,销售经理的工资是按照订单的销量来计算提成,谭涛称,他去年的工资下降了约一半,近乎腰斩。

口红销量下滑后 有品牌将之撤下展位

2月21日,记者走访了成都市春熙路商圈的各大化妆品专柜,探访口红等彩妆产品的销售情况。

一家国际品牌化妆品店面的工作人员表示,在过去一年,口红的销量或多或少有受到人们戴口罩的影响,但是有其他产品撑着,总的来说,店面的经营没有受到影响。

另有某国品牌专柜的工作人员介绍,他们以前的展柜有摆放口红,但是现在已经撤了,摆放出来的都是其他彩妆产品和护肤产品,口红基本上作为赠品。“(口红)暂时没有说要下市,但是不卖了,可能是因为里面的成分要升级,也有可能是因为大家都戴口罩,可能消费者觉得可涂可不涂吧。”该工作人员称。

除此以外,在某个店内齐集多个品牌的彩妆店,其工作人员也表示,口红的销量可能有所下

滑,但是化妆的人该买的还是会买,眼部彩妆产品卖得很好。

在2021年里 口红的销量会回升吗?

在过去的一年,口罩几乎以一己之力改写了美妆产业的局面。那么,在2021年里,口红还有翻身的机会吗?

某化妆品公司的相关负责人刘女士表示,他们工厂所生产的口红,能够做到不沾杯、不沾口罩,“今年找我们工厂做这种口红的挺多的,去年也生产了很多,戴口罩也没什么影响。”

“口红在今年年初的销量有所上升,但是也没有像往年一样那么高。”谢祺称。

谭涛也表示,他认为今年的口红产业应该会比去年好。“我们网站今年的咨询量比较多,比去年好。”不过,涉及到具体的口红销量,他感觉有变化,但可能还要再等一个月才能知道确切的数字。

(成商)



乳企“盯上”专业餐饮市场

茶饮、咖啡、烘焙领域成争夺重点

口 本报实习记者 暴梦川

近年来,在咖啡、茶饮、烘焙等餐饮领域已经能够频繁看到乳企的身影。随着传统液奶产品的增速不断放缓,专业餐饮市场的快速增长,越来越多的乳企重视这条隐形赛道。

乳企“盯上”餐饮

2月19日下午,在北京王府井步行街的一家茶饮店中,店员们正在忙碌地制作茶饮。记者发现,有不少消费者都选择了含有奶盖的茶饮。记者随机采访了几位消费者,他们表示,相较于传统的牛奶饮品,像奶茶、奶盖果茶这种的新式饮品更加新颖,味道和口感更能让人接受。

隐形市场潜力巨大

众多乳企选择进入餐饮市场,看中的正是市场的巨大潜力。研究报告显示,2018年中国餐饮市场规模已达4.2万亿元,即便在新冠疫情的影响下依旧保持着快速增长,预计2022年市场规模将突破6万亿元。我国餐饮市场正处于快速发展时期。

每日鲜语推出了一款冷萃咖啡拿铁。而伊利在2019年,通过整合国内外优质资源正式进军专业乳品领域。2019年7月伊利推出了咖啡饮品圣瑞思;2019年9月,伊利味可滋推出了冷萃奶茶,从风味奶正式拓展到即饮奶茶领域。

2018年12月,新希望推出了“最初”系列,包括最初鲜奶茶、最初鲜奶茶(抹茶拿铁)、最初鲜奶咖(冷萃咖啡拿铁)。2020年6月,三元发布了一款全乳脂奶茶基底产品,研发了全乳脂奶茶基底以及奶盖浆等一系列产品。

而随着消费者对生活品质追求的不不断提高,餐饮行业正在迎来新一轮的创新潮,再加上咖啡、茶饮、烘焙等行业的快速发展,奶酪、稀奶油、黄油等产品的需求量不断加大,乳制品正在朝着多元化方向发展。以茶饮和咖啡市场为例。《2020新式茶饮白皮书》显示,2020年中国茶饮市场的总规模为4420亿元。我国咖啡消费量近年来也保持着高速增长态势,从2013年以来均保持15%以上的增长,即饮咖啡的市场增速在20%以上。欧睿国际数据显示,2021年中国的即饮咖啡市场份额将预计达到149亿欧元。

奶酪、稀奶油、黄油和液奶这四类的乳业专业餐饮市场的消费增长更加不容小视。数据显示,近年来我国动物淡奶油产量增长迅速,2019年中国淡奶油产量为10.3万吨,同比增长13.2%,市场规模为65.9亿元、同比增长7.5%。《2020中国烘焙乳品消费白皮书》显示,在过去5年内我国整体黄油

市场呈现双位数增长。而我国奶酪市场在过去十年间的增速都保持在15%—20%之间,预计2020年有望超32万吨。

目标是寻找新突破口

独立乳业分析师宋亮在接受媒体采访时曾表示,专业餐饮这一隐形市场正在变成兵家必争之地,国内液奶增速滞涨,各乳企也在积极寻找突破口,虽然专业餐饮市场规模还不是很大,但增长较快,且属于高毛利产品,对支撑乳企利润增长有很大的帮助。

业内人士在接受记者采访时表示,在液态奶和乳粉业务增长减缓的情况下,乳企布局餐饮行业,一方面符合当下乳制品消费多元化的需求,另一方面也满足丰富自身产品线的计划。“通过布局新的产品领域,能够抓住年轻消费群体的需求,还能拓展自身的业务领域、探寻新的利润增长点。乳企提前布局占据市场也可以说是比较具有前瞻性的。”

产业·一家之言

口 力纳

牛年春节前夕,网上出现的“多地解禁燃放烟花爆竹”消息引发热议,但官方回应上述说法不实,系一些自媒体的误读,各地有关售卖烟花爆竹的规定与去年相比并无太大变化,燃放仍被严格。

有网友发表评论认为,过去燃放烟花爆竹,也没感觉对环境造成了多大污染和破坏,不能把什么“罪过”都让烟花爆竹来背负,严控将导致烟花爆竹产业市场空间越来越窄。

早在2019年,中国烟花爆竹协会秘书长黄海辉以《冬天来了,春天还会远吗?》为题,对中国烟花爆竹行业进行了回顾和展望:“近几年,全国许多城市加入烟花爆竹限放、禁放行列或者扩大禁放范围,烟花爆竹的销量逐年递减,这无疑对于烟花爆竹产业是个巨大的打击,今年尤其是行业寒冬!”

随后,2019年全国两会代表委员通过《让烟花爆竹在中国城市重现绽放》《支持烟花爆竹传统产业健康发展,杜绝“一刀切”禁放政策》等提案和议案为烟花爆竹产业发出呼声。第十三届全国政协委员诸葛彩华关于合理引导和规范烟花爆竹生产经营燃放,促进产业良性发展的提案》已立案。

解禁还须系铃人。“禁放”之前,烟花爆竹消费是什么情景,很多岁月稍长的人应该都有记忆。除夕夜乃至整个正月期间,家家户头买几挂百来头甚至几十头的鞭炮,给小孩子买个“不会炸响”的烟花,朴实无华的花炮,陪伴人们渡过一个又一个春节。

不过,随着人们消费能力的提高,烟花爆竹消费也逐渐变了味:你家放一千头的鞭炮,我家就要放两千头的;你家放10个二踢脚,我家放20个冲天炮……燃放烟花爆竹的攀比风越来越重。

某消费者对笔者说,多年前,在他们老家的村里,春节一到,村里简直是“炮火连天”,胆小的都不敢出门。每年都有人被炸伤,甚至被炸死。一个月村里都是烟火缭绕,空气里都是浓浓的鞭炮味儿。

当烟花爆竹消费发展到如此地步,被禁自然是难免的了。作为相关产业,或许也应该从这个角度推出一些强调娱乐性、抛弃伤害隐患的产品。作为消费者,也不妨找回当年的“初心”,抛弃攀比心理,远离不良产品。惟其如此,烟花爆竹行业才能走出低谷和寒冬,迎来更加美好的春天,让烟花爆竹这一传承千百余年的传统手工艺产品绽放出更加璀璨夺目的光彩。

烟花爆竹产业重新「绽放」需消费回归理性

地方动态

内蒙古清水河县开拓新渠道增加集体经济收入 103个村收入均实现5万元以上

本报讯(记者 闫廷)近年来,内蒙古呼和浩特市清水河县始终坚持把发展壮大村级集体经济作为助力脱贫攻坚、提升基层党组织服务能力的有效抓手,积极探索村集体经济的有效发展模式,100%的村级集体经济年收入实现5万元以上。

据了解,2017年底,清水河县103个村村级集体经济年收入257.92万元,2020年,该县103个村集体经济收入均实现5万元以上,实现100%村“保五”,达966.69万元。清水河县着力选优配强村党组织带头人,通过政策鼓励、情感感召等措施,“回引”一批思路活、资源广的外出务工致富能手组建龙头企业、合作社、种养殖户,增强村级集体经济发展“造血”功能。同时,注重把懂农村经济、熟悉农村工作、富有基层经验、善做群众工作的党员选派为驻村工作队队长兼驻村第一书记和产业发展指导员。

此外,清水河县充分利用现有资源,拓展村集体经济增收空间。韭菜庄乡三岔河村采取“支部+公司+基地+农户”模式,通过多形式流转土地,引导农户发展蘑菇、黑木耳、灵芝等特色产业,增加村集体经济收入;五良乡蔬菜营村按照筑巢引凤发展路径,成立专业合作社,实施内养外植项目;宏河镇聚宝庄村依托设施农业产业园,通过“支部+基地+农户”模式,引进种植反季樱桃130亩、葡萄305亩,增加集体经济收入。

湖北荆门高新区·掇刀外贸进出口去年59亿元

本报讯(记者 默晓龙 口 廖亮余静)据湖北省掇刀区商务局消息,2020年,荆门高新区·掇刀区实现外贸进出口总值59亿元,同比增长3.4%,占全市进出口的68.3%,其中,出口35.5亿元,同比增长16.6%,成为荆门市唯一实现进出口正增长的县市区。2020年,针对全球疫情防控和国际贸易环境恶化给全区外贸进出口带来的不利影响,该区商务局和相关单位主动作为,积极应对,保障外贸稳定增长,全年外贸进出口实现逆势上扬。

抓企业培育,促进外贸出口稳定增长。区商务局在巩固抓好格林美、亨迪药业、宏图等企业外贸出口的同时,重点引导培育亿维动力、鸿创科技等企业出口。继续实施“破零攻坚”行动,全年新增外贸出口备案企业29家。

抓平台建设,促进外贸出口服务保障。全区积极积极与荆门市普路通供应链管理有限公司等国内知名的外贸服务企业衔接沟通,全力打造集融资、通关、退税、物流、保险等外贸服务于一体的外贸综合服务平台,全年共为我区32家外贸企业提供出口便利化服务,并成功推动博翰合纤通过保税物流中心开展铁矿石海运出口的新业务模式。

去年突破800亿美元 规模保持历史同期水平

大小家电去年出口延续向好势头

记者近日从中国家用电器协会获悉:2020年,中国家电行业稳步恢复,全行业实现主营业务收入1.48万亿元,同比减少1.06%,全年累计出口额837亿美元,增长18%,出口规模保持历史同期最佳水平,且增速为近10年来最高。看营收,在一季度行业运行形势严峻情况下,自去年4月以来持续好转,基本弥补了第一季度的损失。分行业来看,以冰箱、冷柜为代表的制冷行业恢复速度较快,数据显示,大家电中,除了空调外,冰箱、冷柜、洗衣机等产品年内产量均已转正。小家电中,吸尘器、电热烘烤、微波炉等产品产量也实现大幅增长。

家电行业经济效益的好转得益于出口市场强力拉动和线上渠道持续开拓。从出口情况看,2020年,中国家电业出口自6月份开始强劲反弹。其中,大小家电均延续三季度以来的向好趋势,且增幅持续扩大,零部件出口与去年持平。分区域看,中国家电业对亚、欧、北美三大主要经济区域出口增速均创年内最高,且规模也均创历史新高。从零售市场看,奥维云网数据显示,目前家电零售市场已全面过渡为线上市场主导、线下市场辅助的格局。即使是空调、电热水器这类需上门安装的大家电,其线上渠道比重也已占到50%以上。

“尽管受到疫情冲击,但随着疫情防控向好态势和各项促消费政策落地生效,厂家商家积极调整措施,家电行业产销持续恢复正常,市场呈现逐步复苏,出口走出了漂亮的V型反转。”中国家用电器协会有关负责人说,据预测,今年上半年,得益于消费升级红利释放及高品质新技术的产品供应,家电行业整体的内销市场将呈现较明显的恢复性增长。从外需看,中国产业链优势仍将进一步凸显,出口或将恢复快速增长。(海闻)

法院公告栏

张磊:本院受理原告周国飞诉张磊合同纠纷案,被告张磊,住所地:... 原告周国飞,住所地:...

申德华:本院受理原告保沃诉申德华合同纠纷案,被告申德华,住所地:... 原告保沃,住所地:...

魏玲珍:本院依法受理原告魏玲珍诉周其家子女抚养纠纷一案,因该原告诉讼请求,依法适用特别程序,由审判员一人独任审理,自公告之日起60日内,持相关证据材料向本法院立案庭立案庭立案,逾期不予受理。

陈晋:本院受理原告陈晋诉陈晋合同纠纷案,被告陈晋,住所地:... 原告陈晋,住所地:...

魏清辉:本院受理原告魏清辉诉魏清辉合同纠纷案,被告魏清辉,住所地:... 原告魏清辉,住所地:...

魏雄:本院受理原告魏雄诉魏雄合同纠纷案,被告魏雄,住所地:... 原告魏雄,住所地:...

魏雄:本院受理原告魏雄诉魏雄合同纠纷案,被告魏雄,住所地:... 原告魏雄,住所地:...

魏雄:本院受理原告魏雄诉魏雄合同纠纷案,被告魏雄,住所地:... 原告魏雄,住所地:...

魏雄:本院受理原告魏雄诉魏雄合同纠纷案,被告魏雄,住所地:... 原告魏雄,住所地:...

魏雄:本院受理原告魏雄诉魏雄合同纠纷案,被告魏雄,住所地:... 原告魏雄,住所地:...

魏雄:本院受理原告魏雄诉魏雄合同纠纷案,被告魏雄,住所地:... 原告魏雄,住所地:...

魏雄:本院受理原告魏雄诉魏雄合同纠纷案,被告魏雄,住所地:... 原告魏雄,住所地:...

魏雄:本院受理原告魏雄诉魏雄合同纠纷案,被告魏雄,住所地:... 原告魏雄,住所地:...

魏雄:本院受理原告魏雄诉魏雄合同纠纷案,被告魏雄,住所地:... 原告魏雄,住所地:...

魏雄:本院受理原告魏雄诉魏雄合同纠纷案,被告魏雄,住所地:... 原告魏雄,住所地:...

魏雄:本院受理原告魏雄诉魏雄合同纠纷案,被告魏雄,住所地:... 原告魏雄,住所地:...

魏雄:本院受理原告魏雄诉魏雄合同纠纷案,被告魏雄,住所地:... 原告魏雄,住所地:...

魏雄:本院受理原告魏雄诉魏雄合同纠纷案,被告魏雄,住所地:... 原告魏雄,住所地:...

魏雄:本院受理原告魏雄诉魏雄合同纠纷案,被告魏雄,住所地:... 原告魏雄,住所地:...

魏雄:本院受理原告魏雄诉魏雄合同纠纷案,被告魏雄,住所地:... 原告魏雄,住所地:...

魏雄:本院受理原告魏雄诉魏雄合同纠纷案,被告魏雄,住所地:... 原告魏雄,住所地:...

魏雄:本院受理原告魏雄诉魏雄合同纠纷案,被告魏雄,住所地:... 原告魏雄,住所地:...

魏雄:本院受理原告魏雄诉魏雄合同纠纷案,被告魏雄,住所地:... 原告魏雄,住所地:...

魏雄:本院受理原告魏雄诉魏雄合同纠纷案,被告魏雄,住所地:... 原告魏雄,住所地:...

魏雄:本院受理原告魏雄诉魏雄合同纠纷案,被告魏雄,住所地:... 原告魏雄,住所地:...

魏雄:本院受理原告魏雄诉魏雄合同纠纷案,被告魏雄,住所地:... 原告魏雄,住所地:...

魏雄:本院受理原告魏雄诉魏雄合同纠纷案,被告魏雄,住所地:... 原告魏雄,住所地:...

魏雄:本院受理原告魏雄诉魏雄合同纠纷案,被告魏雄,住所地:... 原告魏雄,住所地:...