

餐饮、家政预订紧俏 节前消费市场活力涌现

趋势

春节脚步渐近,消费市场热度升温。记者采访发现,不少饭店年夜饭预订火爆,家庭深度保洁服务需求旺盛,年货采购同样出现明显增长。各地已经开始筹备各具特色的过年活动,为激活春节消费市场做足准备。受访专家表示,透过春节消费这一观察经济的窗口,可以感受到消费热度和向好态势,也进一步增强了市场信心。

餐饮、家政预订紧俏

“除夕晚上的包间都订满了,还有1个雅间和大厅。雅间是大厅隔间,用餐环境也不错。”在问到年夜饭的预订情况时,北平食府王府井店的工作人员对记者说。

全聚德前门店的年夜饭也预订完了。“12月底开始就有客人预订年夜饭了,包间一周前全都订完了。”店里负责人向记者介绍,预订的客户有老主顾也有游客,除夕来前门看北京过年的风俗,再尝尝北京烤鸭,很有年味儿。

记者致电北京的多家饭店,都表示年夜饭预订火爆,年后聚餐的预订也比较紧俏。美团数据显示,近一周,北京地区年夜饭相关订单量环比增长1倍。

不只北京,元旦以来,各地年夜饭预订都迎来明显增长。“包间都订满了。”

“只剩会议室可以临时调配了。”在厦门多家酒店里,今年新春年夜饭的预订在这几天已进入收尾阶段。记者走访发现,这些酒店早在去年12月初便陆续推出今年的年夜饭套餐。“我们针对不同家庭人数推出了多款套餐。”万丽酒店市场传媒总监魏麒麟告诉记者,年夜饭不再是传统10人桌的专属,酒店还特别推出了适合2—3人、4—6人的套餐,都很抢手。海景千禧大酒店传媒总监苏榕阳则向记者透露:“目前酒店已有20多桌被预订,很多客人都是吃完去年的年夜饭就马上预订了今年的。”

中国饭店协会火锅专委会副会长、中国物流供应链协会特聘专家杨鸥表示,自元旦以来,餐饮业就逐步进入了旺季,尤其一些坚持品牌化发展,在食材和菜品上坚守品质、不断创新的企业,获得了好的市场口碑,不管是年夜饭预订还是日常经营上都有反映。

家政服务也是率先迎来预订高峰的行业,不少人都依循着年前“扫房子”的传统习俗,把大扫除排上了日程。在山西太原某小区,家政保洁员朱新旺一大早就来到客户家中,进行全屋清洁。朱新旺说,随着春节临近,每天的工作量都排得满满的。另一位家政保洁员杨志升则说:“已经忙了十多天了,有些客户想

错过高峰期,提前就把家里打扫了。”

上述两位家政保洁员并非个例,相关平台统计也印证了春节家政服务需求的旺盛。58同城本地生活服务数据发现,作为春节扫除的必做项目,目前擦玻璃保洁需求环比上月提升1倍以上,到春节前夕家政服务订单量预计较去年同期上涨约40%。美团数据也显示,1月以来,家政保洁的搜索量环比上月增长88%,大扫除、擦玻璃等搜索热度高涨。

年货采购忙 政策加持激发市场活力

另外,年货采购也是节前消费热点。电商平台纷纷开启了年货节,人气颇旺。日前,天猫年货节在杭州举办了一场“新年味”试吃游园会,周末两天时间吸引了近20万消费者现场打卡。

拼多多统计也显示,1月初启动年货节后,从生鲜水果、坚果糕点、酒水冲饮到居家百货、美妆服饰、数码家电等品类,销量都有不同程度提升。其中,丹东草莓、车厘子、帝王蟹等高档生鲜销量增长明显。

在商务部研究院研究员洪勇看来,透过春节消费的这些热点,看到的是市场活力和韧性的增长点。他对记者说:“随着经济发展和人民生活水平提高,消费者需

求逐渐多样化和个性化,更加注重品质、服务和体验。同时,新兴消费领域的不断涌现,如家政服务、文化娱乐等,也为消费市场提供了新的增长动力。”

市场热点也成为政策发力点。商务部新闻发言人何亚东此前在回答记者提问时表示,2024年一季度,商务部将以“国货潮品”为主题,开展全国网上年货节、老字号嘉年华、全国消费促进月等专项活动。同时,各地也将结合实际,举办各类创新特色活动,营造浓厚的节日消费氛围。

记者注意到,各地对此已经开始行动。例如,在惠州,年货一条街人头攒动,近百个特色摊位装点得喜庆红火,特色手信、年花年桔、黔西南特色农产品等千余种商品一应俱全,接下来还将有露天音乐会、非遗文化演出、机构节目展演等陆续上演。在广州,各区按“一区一花市”模式准备着迎春花市。在海南,离岛免税市场推出多种迎春促销品,进一步激发游客的消费热情。

洪勇表示,从中央到地方,各级政府采取了一系列措施来激发消费活力,满足消费需求,促进消费升级。“相信随着政策持续发力,新的增长点不断培育壮大,消费向好态势将得到进一步巩固,为经济增长提供稳定支撑。”(综合)

日前,国新办就2024年春运形势及工作安排举行发布会。会上,国家邮政局市场监管司负责人林虎介绍,春运期间,快递服务需求波动较大。春运前期,随着年货快递需求的增长,业务量会出现一拨高于日常水平的小高峰。春节假期期间,由于大量人员返乡过年和外出旅游,公众的快递服务需求将明

政普遍服务。另一方面,引导快递企业科学预测春节期间快递业务需求变化,保障春节期间保持基本的服务能力,合理安排生产经营。同时,及时向社会公告服务安排,严格履行好公告和承诺的内容。

三是切实维护快递员合法权益。快递员日常工作也非常辛苦,休息时间

春运前期年货快递需求增长

邮政快递业务量将出现小高峰

显减少,业务量也处于淡季。春节假期后,快递服务需求又快速恢复,业务量将逐渐恢复到日常水平。

针对春运期间的业务运行特点,国家邮政局专门制定了保障工作方案,进行专项部署。今年春运期间将重点抓好四个方面的工作:

一是全力保障年货快递需求。指导企业继续做好业务旺季期间服务保障工作,精准对接电商快递服务需求,统筹做好全网调度。充分安排好人员、场地和运力,保障群众可以在节前顺利收到期盼的年货。

二是保障春节期间基本快递服务。一方面,督促邮政企业持续提供邮

有限。春节假期,也是很多快递员在全年当中为数不多的可以回家团圆的时光。为此,如果在春节期间无法按时收到快递,请社会公众给予更多的谅解。同时,也会督促各快递企业统筹安排好在岗人员休息和休假,实行错峰放假和调休,在切实履行服务承诺的同时,对春节期间在岗人员依法支付加班工资,并做好相应的生活保障。

四是推动做好节后返岗复工。加强对节后人员返岗情况的动态监测,积极帮助快递企业采用多种方式尽快补充人员力量,督促末端网点、分拨中心抓紧恢复正常的服务能力,保障寄递服务网络尽快实现正常运转。(宗禾)

市场观察

电商平台陆续发布年货节大促策略

新春消费“国潮”涌动

腊月已至,年味渐浓。据记者观察,春节前夕,淘宝天猫、京东、抖音、快手、美团等平台陆续发布年货节大促策略,便宜、超值、性价比是此番年货促销的关键词。

“年货节期间,各平台多措并举促进消费,有利于充分激发消费潜力。今年年货节在保持大规模促销力度基础上,更加强调文化内核与品牌内涵的塑造,并适应市场变化,满足消费者的精细化、个性化需求。”商务部研究院电商所副研究员洪勇对记者表示。

多措并举促消费

据悉,淘宝天猫、京东等主流电商平台的年货节于1月17日开启,以跨店满减的优惠方式为主,激发新春消费市场潜力。

年货节期间,京东超市以“就是便宜”口号从供应链上要效益,采取产地直采、源头直发模式,缩短供应链中间环节,同时借助庞大的优质用户和品牌商家规模压低商品价格。京东超市相关负责人对记者表示:“更省心、更具性价比的‘低价’,已成为京东超市的核心战略。”

抖音、快手等直播电商也根据自身特点,突出差异化。抖音年货节推出由平台补贴的满减券、工厂好货直供、随机免单等组成的“超值”促销策略,并设置“立减15%起”会场。快手则提出“万人团”玩法,用低价实惠和平台流量推荐商品,并以“低价特卖”“1元包邮”等不同促销模式刺激消费者购买。

抖音电商相关负责人对记者表示,平台希望借助年货节大促将“好价格”和“好服务”呈现给消费者,也希望助力商家、达人于岁末收获更多“好口碑”和“好销量”。

而在即时零售快速发展的背景下,生鲜电商成为消费者采购年货的主要渠道之一。快手电商数据显示,生鲜食品行业年货节首日(1月13日)成交GMV(商品交易总额)打破行业历史峰值,生鲜食品行业年货节GMV较上一年货节首日提升31%。

美团小象超市数据显示,自1月5日推出年货节系列促销活动后,该平台礼盒订单量比去年同期增长了50%。

淘宝天猫食品生鲜行业负责人张鹏对记者表示,今年年货节消费结构呈现“两头高”趋势,有一批极致性价比的年货深受消费者喜爱。而作为高单价的酒类也是天猫的抢手年货,目前茅台、五粮液这两个“硬通货”备货非常充足。

“今年电商年货节突出一个‘性价比’,消费趋势仍是理性消费,消费需求呈现多样化,且直播带货的比重不断提升。”网经社电子商务研究中心特约研究员庄帅向记者表示。

“国潮”消费持续增长

品质国货在市场上风起云涌,成为了“年货清单”的主角。新国货焕新出发,不仅承载着老字号企业的家国情怀,更寄托了消费者对美好生活的向往与憧憬。

星图金融研究院高级研究员付一夫对记者表示,老字号国货作为中华民族的文化瑰宝,在消费者心目中占有重要地位。如今消费者消费不仅满足于商品本身,更希望得到情感共鸣。

据商务部介绍,2024年一季度,商务部将以“国货潮品”为主题,开展全国网上年货节、老字号嘉年华、全国消费促进月等专项活动,各地也将结合实际,创新举办各类特色活动,营造浓厚的节日消费氛围。

越来越多的年轻人成为年货消费的主力军,也是国潮消费在春节前呈现爆发增长的一个原因。阿里巴巴数据表示,从人群数量和GMV两方面来看,在年货节购物大潮中,25岁至34岁的年轻群体已全面“接管”家庭主导权,成为最核心的购买力量,这一年龄段的成交人数占比达到了42%。

在洪勇看来,电商平台今年将继续围绕“国潮”主题策划各类活动,而消费者则在追求“国潮”的同时,更为注重商品质量、个性表达以及实际价值。(证券日报)



图为游客试戴绒花。



▲图为天津市古文化街张灯结彩迎新。



▶图为游客采买窗花、“吊钱儿”。

图片新闻

天津年货大集 开市

“小孩儿小孩儿你别馋,过了腊八就是年。”随着腊八节的到来,天津的年味也越来越浓了。近日,天津市古文化街年货大集已经开市,游客在这里可以选购“龙”年元素的“福”字、“吊钱儿”和春联等多种传统年货,剪纸窗花和绒花等特色非遗商品尤其受到年轻人的欢迎。据介绍,今年的古文化街年货大集将持续到2月8日。(人民网)

观点

“年货经济”打响春节消费“第一枪”

百年大集热闹非凡,花卉市场逐渐升温,“非遗年味”走俏市场……春节的脚步渐近,“年货经济”呈现出新的趋势和亮点。

“小寒忙买办,大寒要过年。”人们对年味的感知,往往就从买年货开始。从桃符、屠苏酒,到“油米糖茶”“三转一响”,再到电子年货、“花式年货”,时代不断变迁,场景不断翻新,但绵延千年的习俗魅力不减,人们对美好生活的向往始终如一。

透过“年货经济”这面镜子,我们得以感知春节消费的脉动:在福建永安,传统手工“腊鸭”飘香;在江苏苏州,阳澄湖咸货“上新”;在广州钟落潭镇,年货批发市场已早早“预热”,不少花场订购量超过半数;在线上平台,各大电商推出了各式各样的年货礼盒……人间烟火气,最抚凡人心,也升腾着消费信心。当“年味”悄然变化,“年货”也换了模样:既有形,也无形;不一味“囤

量”,更偏向“求质”;不仅是一种仪式,更是一种体验。总之,就是多了几分“年轻态”。有数据显示,某电商平台目前下单年货的用户中,“Z世代”占比已超过一半,他们正在成为家庭年货的决策人,从“逃避过年”逐步转向“愿意参与”,甚至“主导年夜饭桌”。

春节历来是消费旺季,仍可“再添一把火”。反映到供给一侧,就是要瞄准新需求,积极进行品牌创新。比如,随着生活节奏加快,加之部分年轻人缺乏“厨艺自信”,预制菜市场应运而生。和往年不一样的是,今年市面出现了花胶鸡、大盆菜等不少“年菜”产品,背后正是广东在打造“年货经济”之后,再次在全国掀起“年货经济”热潮。据艾媒咨询近日发布的研究报告,预计2024年中国“年菜”行业市场规模将达1708.1亿元。在此趋势下,如何催生更多消费业态,嫁接更丰富的文化内涵,引导预制菜向高端、营

养、健康的方向发展,值得探索。

就“年货经济”而论,其生产和销售涉及多个产业链,拉动效应明显,孕育着无限商机,有利于协同推进消费和生产升级,实现“有潜能的消费”和“有效的投资”良性互动。今年第一季度,商务部将以“国货潮品”为主题,开展全国网上年货节、老字号嘉年华等专项活动,各地也将结合实际,创新举办各类特色活动。在此过程中,以新技术引领新消费,实现消费“虚实相融”、产品服务齐飞,值得发力。

今年元旦以来,“开门红”成为市场关键词,背后也离不开“真金白银”、真情实意的支持。如在广东,“粤消费 粤精彩”消费券第四轮已经开启,提振和扩大消费的举措密集发布,让老百姓不仅“敢花钱”“愿消费”,而且“乐消费”“花得值”。在2024年被定位为“消费促进年”的背景下,“年货经济”打响春节消费“第一枪”,值得期待。(南方日报)

新春将近,山东菏泽鲁西新区佃户屯街道张和庄又迎来了一年中最忙碌的时候。张和庄久福春春联制品厂的生产车间里,一张张印有“福”字的春联被井然有序地挂在架子上等待晾干,金色的“福”字在大红色的绒布布的映衬下闪闪发光。红彤彤的春联、“福”字销往全国各地年货市场,为村民们铺出了一条增收致富的好路子。

据了解,张和庄是菏泽市著名的年画村,已有近40年的发展历史。目前,其生产的产品由原先单一的春节年画、对联等红纸类逐渐发展为植绒类、磁吸类等多品种喜庆用品,产业由季节性生产转变成全年生产。

近年来,菏泽鲁西新区立足实际,依托春联年画制作优势,整合现有资源,不断创新制作工艺,扩大产业规模,带动张和庄社区及周边群众150余人就业,激发了乡村振兴大效能。(综合)

丰台市场监管局之窗

丰台区市场监管局开展农贸市场电子秤“大体检” 让百姓买得放心

近日,丰台区市场监管局开展农贸市场电子秤“大体检”,让百姓买得放心。向市场监管所联合计量科、计量所在辖区3家农贸市场开展电子秤“大体检”,对民生关注度较高的海鲜水产、鲜肉、冻品、预包装食品等摊位110余台电子秤进行全覆盖检查,确保群众的“菜篮子”拎得准、买得踏实。一检商户电子秤准确度,检查商户在用电子秤逐台查看,详细检查摆放位置是否符合要求、是否按时进行年检等影响计量准确性的关键因素,并利用标准砝码对电子秤进行计量测试,检定测量值是否准确。二检场内公平秤设置情况。执法人员对农贸市场内是否设置公平秤,以及公平秤设置位置是否方便合理、公平秤的准确度进行

全面检验。三检计量知识科普程度。向市场经营户及市场主办方详细讲解了电子秤的正确使用和日常维护等常识,强调经营者应规范使用电子秤,按时完成电子秤检验,坚决杜绝缺斤短两、计量欺诈等情况发生。在此,丰台区市场监管局也提示广大消费者:经营商户电子秤均需定期检验,称重时可认准电子秤上检验标志;购买海鲜等生鲜产品时,尽量沥干水分防止缺斤短两两事发生;农贸市场内均设有公平秤,消费时留好消费凭证,对重量有疑问可至公平秤处复称,确有问题可找市场管理员或者市场监管部门处理。

(赵健健)