

春节将至,城乡居民热热闹闹办年货

你的年货清单有哪些全球好物

腊月过半,年味渐浓。近日,许多跨境电商平台、线下商超开启“年货节”,为消费者带来全品类年货好物,将龙年氛围感“拉满”。

得益于跨境物流和跨境电商的发展,中国市场的年货供给更加丰富多元,不少消费者希望以更实惠的价格买到优质进口商品来丰富自己的“年货清单”。哪些全球好物更受消费者青睐?今年的年货节有何不同?记者进行了采访。

买点啥过年

“全球甄选”火了,来自不同国家产地的坚果礼盒、全球知名产地的猪牛羊肉套组、海鲜套餐……区别于传统的“烟酒糖茶”,年味“飘香”了更多的进口好物。

在盒马鲜生北京金源店,新鲜的特大俄罗斯帝王蟹、波士顿龙虾吸引了记者目光。正在选购的崔阿姨告诉记者,每到年前,她都会购买一只帝王蟹,当做年夜饭主菜的摆盘“C位”。“这么大一蟹摆在年菜正中间,看着喜庆热闹,也是一道难得的美食。”崔阿姨说。

挪威三文鱼、冷冻生南美白虾、红帝王蟹腿、泰国活冻黑虎虾等深海海鲜,搭配了西班牙伊比利亚黑猪五花肉段、澳大利亚安格斯黑牛眼肉心厚切牛排、澳大利亚M9纯种和牛牛肉等的全猪牛羊肉套组礼盒,也颇受消费者欢迎。

不少品牌推出了“全球甄选”坚果礼盒。“过去坚果类年货中占据大头的是国产品牌,选用的也大多是国内产地的坚果。”物美北京双井店店员说,“全球甄选”坚果礼盒是来自不同国家产地坚果的集纳,在原产地和品种上都与过去常见的坚果品类有所区别。不少消费者觉得,这样的礼盒更有“来自全球”的氛围感。

微单相机、乐器、户外运动装备是今年“95后”消费者的春节“新三样”。得物APP有关负

责人告诉记者,数据显示,今年1月以来,得物APP上吉他的销量同比增长近2倍,微单相机同比增长了5倍多,羽毛球、登山鞋等运动装备也有数倍甚至十倍增长。“新春潮品”成为年轻人的年货偏好。”该负责人说,“Nike推出的Year Of The Dragon白仙人掌鞋,单款鞋短时间内就售出近万双;乐高的龙年新年拼装积木,推出仅两周,收藏人数也已数千。”

“选购进口年货是近年来中国进口需求逐渐扩大的一个缩影。”商务部研究院流通与消费研究所所长董超对记者说,“限时供应的进口水果、来自标志性产地的精选干货和限量版的高档酒水等广受欢迎,表明高端食品消费显著增长;此外,进口消费普惠、银发经济崛起的趋势下,黑科技美容仪、按摩仪、植物染发笔等更健康、更具科技感的“新年货”成为年轻人春节送长辈的首选佳品。进口好物已融入人们的日常生活。”

年货节“红红火火”

看线下,各地纷纷举办以进口为主题的年货节,红火态势蔓延全国。

在浙江义乌,2024义乌中国小商品城嘉年华购物节近日开幕。此次嘉年华购物节主会场汇聚了全球100多个国家和地区的15万种“洋特产”,购物节期间,进口商品城将全场大促销,同时推出多种特色活动。“一上午接待了60多个



图为消费者在2024第七届呼和浩特年货博览会上采购法国红酒。

游客,很多都是冲着购物节优惠来的,美妆产品、清洁用品、零售比较畅销。”进口商品城泰国老板娘楼筱雨说。

在广西,一场联动东盟各国的跨年电商节暨2024年网上年货节系列活动近日拉开帷幕。本次活动联动柬埔寨、老挝、马来西亚、缅甸、泰国、越南等6国驻南宁总领事馆,精选广西特色地标产品及东盟国家特色商品,开展东盟进口年货大促、RCEP好物专场促销等多场促销活动。

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

京东有关负责人介绍,作为京东旗下进出口商品一站式消费平台,京东国际同步开启以“全世界的中国年”为主题的年货节活动,不仅推

出跨店满减、进口礼包不止5折等优惠,还开展了一系列特色主题的京东采购直播活动。

淘宝、天猫APP的年货节主会场,均以“低价”作为关键词。天猫设置了跨店满减和官方立减两种方式,相比去年,本次满减权益的力度更大。淘宝百亿补贴推出新一轮加码狂补清单,包括智利车厘子、厄瓜多尔大虾等全球尖货。以智利车厘子为例,年货节期间,5斤礼盒装智利进口2J级车厘子仅售174元起,折合每斤34.8元。

“各平台多措并举促消费,有利于充分激发消费潜力。”董超说,“今年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。”(综合)

各地节前市场供需两旺

春节临近,年货市场开始忙碌起来。各地举办丰富多彩的年货节等促消费活动,增加品种、保障供应,更好满足消费者的节假日需求。

菜篮子量足价稳

爱媛果冻橙、丹东草莓、智利车厘子、江苏太湖大闸蟹……在北京新发地市场,全国各地的新鲜农产品上架。“榴莲大王”毛勇告诉记者,目前计划在产地仓储备2.5万吨榴莲,春节期间预计每天销售超150吨,稳定供应北京超过25%的商超、果蔬连锁店。

作为首都市民购买鲜活农产品的重要渠道,新发地市场提供购买传统年货和特色农产品的一站式服务。新发地市场总经理张月琳表示,目前市场已基本实现“走进新发地,吃遍全中国”的目标。春节期间,将有2000家商户驻守市场,对土豆、洋葱、大白菜等9个品类3000吨菜品进行轮换式储备,根据监测动态调整投放,保障供应充足可控。

“今年聚焦‘货、场、人、车’四大要素和‘产、销、保、供’四大环节,制定保供保运输、保交易、保配送的‘四保’应对机制,确保极端天气和重要节日期间,新发地市场蔬菜水果供应量足价稳。”相关负责人表示,新发地市场主动对接冬季蔬菜主产地,建立沟通联络机制,同时积极联系主要种植基地,增强货源调配能力。

位于海口市琼山区的南北水果市场是海南最大的水果批发集散地。记者近日在该市场看到,红彤彤的红富士苹果、鲜橙欲滴的番

茄圣女果、甜蜜诱人的砂糖橘……全国各地的水果品种应有尽有,销售商、选购商、市民游客前来洽谈购买,人气火爆。

反季节生产优势,使海南成为全国人民冬季的“菜篮子”。每到冬季,一辆辆满载芒果、椰子、辣椒、茄子、豆角等新鲜蔬菜的大货车,源源不断跨过琼州海峡,驶往全国200多个大中城市。“海南在反季节蔬菜方面有独特优势,是冬天下老百姓餐桌供应的保证,全国各地都来选购。”芒果批发销售商魏永月这段时间十分忙碌,“海南各大水果销售商都备足了货源,保证全国各地的购买需求。”

年货节激活消费

“海南不仅风景美、天气好,而且免税店里都是时尚大牌,优惠活动也很多,正好买点免税品带回家过年。”游客王群一边说,一边将心仪的护肤品放进购物篮。近日,记者来到位于海口日月广场的免税店和海控全球精品免税城,看到各大免税店装饰一新,节日氛围浓厚,前来参观选购的市民游客络绎不绝。

海口市商务局联合多家银行,自1月18日起发放海口市第二轮数字人民币离岛免税消费券,共计422.69万元。年货节消费券也于1月20日开始发放,共发放31441张年货节专场消费券,共计147.92万元。此外,各家免税店

纷纷推出年货专项折扣,最大限度让利消费者。

近日,“龙腾宋韵 潮购新春”2024浙江年货节在杭州余杭区浙江食品市场启幕,上万款全国对地区浙江山区的自然好物、海内外优选潮流精品,在金融消费补贴和网络平台助力下,走进百姓生活。

“消费帮扶”是本次浙江年货节的一大特色,旨在助力乡村振兴。活动现场,新疆、西藏、青海等7省份和浙江山区26县的展区人头攒动。新疆阿克苏苹果、西藏牦牛肉、青海枸杞蜂蜜等对口地区特色商品、农副产品和地方特色美食与消费者面对面,货品新鲜、价格实惠,实实在在地提升了年货市场含金量。

创新满足新需求

焊接、裱糊、美化……近日,四川省南充市高坪区六合丝厂新春艺术彩灯会筹备现场,工人正在抓紧赶工。从2月2日至2月29日,彩灯会将举行新春烟火秀、汉服体验、猜灯谜等10余场活动,“品年味、购年货、闹新春”,打造“美食+购物+旅游+文化”的区域消费场景。

“春节期间,全区300余家经营主体将通过线上、线下相结合的方式,开展50多场城乡联动促销活动,涵盖1500余种商品。”高坪区文化广播电视和旅游局局长明刚说。

(经济日报)

评论

在我国不少地方,有“过了腊八就是年”这种说法。进入腊月,年的味道也越来越浓,家家户户采办年货的热情逐渐高涨。近段时间,各大电商平台、线下商超纷纷启动年货节活动。你看,在北京新发地市场,爱媛果冻橙、丹东草莓、智利车厘子、江苏太湖大闸蟹……全国各地的新鲜农产品上架。在海口,年货节消费券已于1月20日开始发放,共计147.92万元。此外,各家免税店纷纷推出年货专项折扣,最大限度让利消费者。在合肥,以“迎佳节大集 享皖美新年”为主题的首届安徽供销年货大集于1月26日在合肥滨湖国际会展中心正式登场,持续9天时间。有来自安徽省内外近千家企业参展,覆盖名优农产品、休闲食品、家居用品、新春年礼等10万余款年货商品。

春节是中华文化中最古老、最重要的传统节日,也是传统的消费旺季。面对当前各地大街小巷布满“中国红”“老字号”年货备受青睐,各种新颖的龙型玩偶、卡通挂串等“龙元素”商品吸引顾客争相选购,线上“年货节”办得如火如荼……正如网友留言所说,年货市场热闹非凡,年货消费热朝天,从超大集到囤年货,从买春联到预订年夜饭,从家政服务到预订高峰到年货消费已“求”转变为“求质”,春节“烟火气”在喜气洋洋的氛围中集聚“经济动能”,百姓的日子在对美好生活的期盼中超越越红火。

消费向新,年货“上新”。“年货经济”是百姓消费能力的集中释放,是商品服务供给水平的集中体现,也是管窥中国经济的一个“窗口”。曾经,年货是属于瓜果糖茶的年味,超市、农贸市场留下了置办年货的足迹。如今,随着“80后”“90后”开始接手置办年货,做年夜饭,年货发生了新变化。特别是随着中国的产业供给水平不断提升、人均可支配收入不断提高,年货消费更是名目繁多。从窗花、桃符、屠苏酒等“传统年货”,到非遗产品、杂技表演、年画商品等“花式年货”,再到智能化的“电子年货”,年货品类发生“翻天覆地”的变化,甚至还可以通过定制研发,让年货的造型和口味更加年轻化。同时,从传统市场,到年货大集,再到社交媒体、电商平台,年货的购买方式也在不断推陈出新。可以说,丰富多彩、形式多样的年俗处处折射着节日喜庆,亿万消费者的年货“清单”里,呈现出蒸蒸日上的幸福感,承载着助推中国经济日益“红火”的澎湃动力。

消费热起来,经济活起来。时代不断变迁,场景不断翻新,不变的是传统年俗文化,不断迭代的是大众消费时代消费者的个性化需求。面对当前年货消费热潮涌动,不仅反映出实实在在的消费升级,也孕育着消费的新动能。正如前不久召开的中央经济工作会议所指出的,要激发有潜能的消费,培育壮大新型消费。因此,期待各地把节假日消费的时间窗口,从供需两端持续发力,不断激发14亿多人口的超大规模内需市场潜力,在丰富老百姓年味盛宴的同时,也让老百姓日常“购物车”载好蒸蒸日上的幸福生活。

(安徽新闻网)

年货消费热见证百姓幸福生活蒸蒸日上

以墨会友 弘扬传统文化

河北鹿泉经济开发区:得到启迪和教育。随后,爱好者们挥毫泼墨,执手中之笔,抒心中之情。不一会儿,一幅幅书画作品便跃然于纸上。

主办方表示,书画爱好者通过与文化名家交流活动,以墨会友,切磋书画技术,不仅提高了书画爱好者的创作技艺、拓宽了创作思路,还让中华优秀传统文化在心中扎了根。

本报记者 樊春勤 口 邓贤辉 李华

日前,陕西禧福祥酒业集团推出“西凤酒15年6年品牌不销当年成品酒”举措,再次塑造了行业标杆。

以行动助力百亿西凤目标实现

2023年,西凤酒坚持以“高端化、全国化”发展战略,立足西凤酒厚重的历史文化积淀、强大的品牌根基以及匠心工艺传承和科学管理体系,全员艰苦努力,顺利实现了百亿目标。

作为西凤酒的超级大单品,西凤酒15年6年品牌走过23年的风雨历程,在西凤酒15年6年品牌全程创意策划运营人、陕西禧福祥集团董事长王延安的带领下,以一系列卓有成效的改革攻坚行动和品牌赋能举措,促使市场活力持续激发,使品牌经营业绩不断攀升。

特别是在2023年,陕西禧福祥集团持续推进渠道深耕、厂商联动、品牌建设、市场链接,以实际行动助力西凤酒实现百亿目标,助推西凤酒迈上高质量发展做出了巨大贡献。

西凤酒15年6年品牌再塑行业标杆

陕西西凤酒厂集团有限公司党委书记、董事长,陕西西凤酒股份有限公司董事长张正,对2023年西凤酒15年6年品牌所取得的突出业绩表示肯定,对王延安董事长23年如一日忘我工作和对西凤品牌的忠诚给予了高度评价。

张正指出,西凤酒15年6年品牌运营团队以对西凤事业发展的坚守和追求,创造了一次又一次行业传奇,为西凤酒市场拓展和品牌建设作出了重要贡献,希望陕西禧福祥集团抢抓西凤全国化战略机遇,开拓更广阔市场,为西凤品牌发展再创辉煌。

陕西西凤酒股份有限公司副总经理、陕西西凤酒品牌运营有限公司董事长周艳花说:“陕西禧福祥集团以清晰的经营思路、专业的市场运作和超前的营销理念打造品牌,用信仰的力量呵护品牌,将西凤酒15年6年品牌塑造深入人心、有知名度、有好口碑的白酒品牌。未来,我们将继

续保持时不我待的奋进姿态,携手同行,续写中国名酒的厂商佳话。”

持续弘扬名酒品质与价值

“酒是陈的香”已成为消费者的广泛认知。而陈年西凤酒之美,不仅在时间之上,也在技艺、匠心、品质、文化、故事之中。1月18日,“大国品牌,凤香传承”西凤酒15年6年品牌“不销当年成品酒”活动启动仪式暨2023年度合作伙伴表彰答谢会隆重启幕。活动期间,禧福祥公司拿出2000万元对2023年度全国合作盟友、供应商和优秀品牌传播者进行了表彰答谢。此举意味着西凤酒15年6年品牌正构建更高产品质量、更好消费体验,更能提升生活幸福感的品质表达。

中国酒业协会执行理事长王瑞指出,西凤酒15年6年陈酿率先提出“不销当年成品酒”的举措,不仅是责任与魄力的担当,也是智慧与创新的担当,其彰显的是西凤酒的品质自

信、品牌自信和文化自信。

中国酿酒大师、陕西省酒业协会会长贾智勇说:“凤香白酒是中国白酒的活化石。如今,在‘不销当年成品酒’的策略下,通过对成品酒进行系统化恒温封藏,将再次提升西凤酒15年6年陈酿的品质与饮用价值。”

据介绍,西凤酒15年6年陈酿“不销当年成品酒”之创举,率先构建西凤酒恒温封藏的价值体系,在整个白酒行业里是创新,也是模板与标杆。这一大手笔动作,是陕西禧福祥集团针对产品品质的一次重磅投入,这不仅符合白酒消费的价值特征和认知呈现,更是让西凤名酒品质历经时光淬炼在传承与创新中不断彰显魅力。

坚持构建长期有效机制

在过去20余年的市场磨砺与品牌缔造过程中,西凤酒15年6年陈酿在三秦大地上建立了稳固的市场根基,为西凤赢得了坚实市场口碑,

2023年依然实现了20%以上的快速增长。

感恩奋进、诚信相伴,是西凤酒15年6年品牌基业长青、业绩长虹的重要动因,陕西禧福祥集团豪掷重奖传递温情与激励,让每一个合作伙伴都能感受到品牌的温暖。

王延安说,2023年,西凤酒15年6年品牌稳步增长的市场成绩,凝聚着西凤酒厂各位领导的关心与支持,凝聚着广大合作伙伴对品牌的付出与信任。这份丰硕的果实,是厂、商、合作盟友精诚合作、共同奔赴的硕果,也是禧福祥与西凤酒以及每一位合作盟友深厚友谊的见证。

他表示,此次重磅推出“不销当年成品酒”举措,是对西凤品牌更加负责、更加热爱,是对全国合作伙伴的赋能支持,也是对消费者的一种暖心回馈。

如今,站在凤香型白酒的新时代、新起点上,陕西禧福祥集团不断强化中国名酒西凤酒的品质与价值,持续构建厂商共享、携手共赢的合作基石,将持续助力西凤酒的后百亿征程,谱写出国凤香的新篇章。