

消费日报

2024年2月20日

星期二

总第8635期

第5694期

今日4版

春节假期全社会跨区域人员流动量预计超23亿人次

本报讯 2024年综合运输春运工作专班统计数据显示：春节假期(2月10日至17日)，全社会跨区域人员流动量预计累计23.11亿人次。

具体来看，铁路客运量预计累计9959万人次；公路人员流动量预计累计21.84亿人次，其中高速公路及普通国道非营业性小客车出行量预计累计19.98亿人次，公路营业性客运量预计累计1.86亿人次；水路客运量预计累计940万人次；民航客运量预计累计1804万人次。(综合)

A

版 ■ 国务院国有资产监督管理委员会举办 中国轻工业联合会主管主办 ■ 国内统一连续出版物号 CN 11-0057 ■ 代号 81-9 ■ 广告经营许可证：京丰工商广字第0054号

新春走基层

消费时评

Consumption commentary

服务「不打烊」

让新春消费「热辣滚烫」

肖晋平

近日，一份北京新春消费数据“答卷”新鲜出炉。春节期间，北京市商务局重点监测的百货、超市、专业专卖店、餐饮和电商等业态企业实现销售额77.4亿元，同比(农历同期，下同)增长36.8%，较2019年增长64.1%。北京市60个重点商圈客流量3144.2万人次。据银联商务数据显示，外来游客消费金额、人次同比分别增长19.1%和26.9%。

掷地有声的数据，是对2024年春节期间的消费市场表现的最好总结——消费热情持续高涨、货源储备丰富充足、服务保障有条不紊。而在这喜庆祥和、活力十足的新春消费画卷背后，来自更多行业的服务“不打烊”，成为促消费、保供应、强体验的重要支撑，这不仅是对消费者需求的及时响应和对春节传统习俗的现代演绎，更是城市管理中智慧与温度的生动诠释。

餐饮、零售、旅游、娱乐……这些与我们日常生活息息相关的行业，春节期间都展现出巨大活力。“不打烊”的供给和服务，不仅延长了消费者的购物和娱乐时间，进一步激发了消费者的消费热情，更为新春消费注入了更加热辣滚烫的活力。

在供应方面，北京新发地市场2000余家商户留守营业，保障节日期间市场供应。美团外卖、小象超市等即时零售备足货品提升运力。饿了么加大蓝骑士奖励增强春节保障。叮咚买菜联动线下10余家知名餐厅、酒店推出经典年菜礼盒包邮到家。各餐饮企业推出到店自取、年菜礼盒、外送到家等方式，满足多样用餐需求。

在服务方面，58同城等家政企业根据自身实际情况，通过宣传动员、组织慰问、现金补贴等形式激励人员留守服务。顺丰、邮政、“三通一达”等多家快递公司正常运营。菜鸟速递推出年前坚守红包、年中留守激励、年后返岗激励，有效保障假期寄递服务。

春节服务不打烊，为城市在春节期间注入了新活力。街头巷尾依然繁忙的商业活动、灯火通明的店铺和络绎不绝的快递车辆，都成为了城市春节期间独特的风景线。这种活力不仅来自消费者对于服务的需求，更来自那些坚守岗位的服务人员的辛勤付出。他们用自己的实际行动，为城市在春节期间提供了必要的服务保障，也为城市的“年味儿”增添了一抹别样的色彩。

春节服务不打烊，对于消费市场发展起到了积极推动作用。春节期间，通过线上平台购买年货、预订年夜饭、寄送拜年心意，成为更多消费者的选择。不断增长的需求也对商家的服务质量和便利性要求不断提高，这无疑也倒逼了服务行业，不断提升自身服务水平，以满足市场的多元化需求。可以说，春节服务不打烊也为服务行业的发展提供了新的契机。

当然，春节服务不打烊的实现，更离不开城市管理的智慧与温度。政府和相关部门的支持与协调，为这一举措的顺利推行提供了有力保障。同时，各服务行业之间的协同合作，也体现了城市管理的高效与和谐。这种以人为本的城市管理理念，不仅提升了城市的整体形象，也为消费者带来了更加美好的生活体验。它让我们看到了城市管理在推动社会进步、满足人民需求方面的积极作用，也为未来的城市发展提供了有益的借鉴。

年夜饭玩出新花样 预制菜端上餐桌



图为消费者正在选购预制菜。王鑫坤 摄
本报记者 卢岳 口 王鑫坤

为洞察报告》显示，预制菜首次成为中国消费者新春礼盒十大选择类型之一，另有26.91%的受访消费者会选择购买预制菜作为年货。据了解，今年春节前夕，各大线上电商平台和线下传统商超里均已开设专门的预制菜年夜饭专区。

记者在除夕走访了沃尔玛五棵松店、富卓商厦店，发现其“南北名菜”专区都被设置在显著位置，从19.9元的小酥肉、29.9元的剁椒鱼头，到39.9元的西北大盘鸡、99元的蒙古牛大骨……各式菜品应有尽有。“预制菜最大的特点就是方便，可以省去备菜的步骤，只需要简单的加热和调味就可以了。”孙美华看中了货架上一款339元可供6人食用的佛跳墙礼盒，她表示，“现在大家的生活节奏越来越快，准备年夜饭的时候也想省点心。这些预制菜味道也不错，很适合端上年夜饭的餐桌。”

沃尔玛预制菜专区的销售人员向记者透露，“预制菜品在节前陆续上架，近期的销售情况也逐渐攀升。”而除了沃尔玛、山姆等大型商超以外，一些便利店、小型连锁超市也盯上了预制菜。

除夕当天，记者也在北京市丰台区某社区旁的“鲜研社”生鲜超市看到，商家开设了预制菜专区，并开展了社区居民试吃活动。生鲜超市工作人员张红女

士告诉记者，“在客流高峰时段，超市会吸引顾客来品尝各类预制菜，因为只需要等待十几分钟，每天来试吃的顾客都很多。”70岁左右的何女士在预制菜专区徘徊了很久，她说，“我和老伴喜欢自己买菜做饭，但是每到除夕就需要做一大桌子菜，感觉有些力不从心，就想买一些预制菜试试，还没有决定要不要买。”事实上，记者观察到，除了部分老人外，来“鲜研社”购买预制菜的大多为20岁至30岁的年轻人。

春节期间，超市中的预制菜很受年轻人青睐。“中国数实融合50人论坛智库专家洪勇认为，预制菜的便利性和高效性契合了现代年轻人快节奏的生活方式。”许多预制菜品牌推出的创新产品组合也满足了年轻人追求新鲜体验的心理。再者，相比于其他餐饮解决方案，预制菜具有较高的性价比优势。”

值得注意的是，在市场需求推动下，除了线下实体店超市，各大线上电商平台的预制菜销售也异常火爆，其中预制菜年夜饭套餐礼盒的形式最受消费者欢迎。在京东平台上，记者看到某商家推出的“皇家御厨年夜饭”，现价399元，包含荷叶叫花鸡、福禄八宝鸭、贵妃白鱼、鱼香肉丝等菜品，目前销量显示已售超5000件。此外，一些知名品牌也在春节期间积极推出自家产品，如同庆楼、全聚德、紫光园、西贝等品牌的预制菜年货礼盒在京东、淘宝平台热销。在淘宝以关键词“年夜饭预制菜”进行搜索，显示某品牌价格在几十元到上百元不等，部分销量高的商品已有三千人确认收货。

在洪勇看来，预制菜之所以成为春节年夜饭的热门选项，主要是因为解决了消费者在春节期间对美食与便捷性需求的平衡问题，“通过预加工、调味和包装，预制菜简化了烹饪流程，只需要简单加热或处理就能享用到专业级别的佳肴。由于其种类丰富、涵盖各地特色菜品，因而能满足不同家庭的需求。”

相关数据显示，2023年预制菜市场规模达6000亿元，并有望在2026年升至万亿元。“目前来看，随着生活节奏加快和消费观念变化，预制菜市场呈现出强劲的增长趋势，具备较大潜力。然而，预制菜能否成为年夜饭的常态化选项，还需考虑消费者对于传统文化习俗的坚守程度以及行业自身在提升口感、健康营养等方面的产品创新能力。总体而言，预制菜作为年夜饭的重要补充形式，未来发展前景可期。”洪勇说。



图为各式预制菜。王鑫坤 摄

“即时配送”服务到家 新春“便民市场”不停歇



图为外卖员正在等待取餐。王鑫坤 摄

本报记者 卢岳 口 王鑫坤

“人们在家过年的时候，我这边的工作才刚刚开始。”美团配送员孙宝岩如是说道。春节期间，像孙宝岩这样的配送员还有很多。

今年1月22日国务院常务会议审议通过了《关于促进即时配送行业高质量发展的指导意见》。会议指出，要加强鼓励引导，进一步营造良好营商环境，提升即时配送行业发展水平和支撑带动能力。艾瑞咨询在研报中预计，2026年即时配送服务行业订单规模将接近千亿量级，达到957.8亿单，2021年至2026年年复合增速为28.0%。

“多平台覆盖”新春配送不打烊

据悉，闪送在节前宣布开启2024年“春节不打烊”行动，春节期间闪送将持续在全国超过260个城市提供7*24小时的一对一急送服务。记者发现，“春节不打烊”已成为即时配送的行业“传统”。

春节对于即时配送平台来说是一

个重要的工作重点，孙宝岩说，“为满足用户在节日期间的递送需求，在大部分人阖家欢聚的时候，许多配送员仍奋战在‘第一线’。”大年初一，记者致电各大配送平台得知，顺丰、闪送、美团及京东等平台于春节期间均继续保持日常工作状态。“过春节期间每天都有配送员照常上班，但是受限于部分区域的运力问题，初一到初七期间的配送时间会受到一定影响，比如接单速度会从日常的10分钟变为15到20分钟。”顺丰客服人员在接受记者采访时说。

孙宝岩告诉记者，“对于春节期间接单配送员，即时配送平台会通过接单奖励等方式进行现金补贴，例如今年他所在的美团就为配送员提供了专项补贴，可以获得几千元的额外收入。”

“我们工作时间比较自由，可以错峰过年。等过了春节，再回家陪陪父母，他们都能理解。”常年在春节期间工作的闪送员孙师傅也表示，春节期间订单多，补贴高，收入要比平时高很多。

春节期间“送药需求旺”

值得注意的是，与往年相比，今年春节期间的药品配送或成为即时配送行业的“大热门”，其消费需求正呈持续增长态势。

“请问您目前有什么症状？有无药物过敏史？有无其他慢性病？目前在服用哪些药品？”美团平台的医生李丁蕾正和往常一样详细地了解用户的症状和用药情况，以便给予用户更准确的治疗用药建议。

春节期间人们聚餐、饮酒多，与之相关的肠胃疾病等咨询需求每年同期都会增加，加之过节期间线下药房普遍歇业，消费者便会将更多的目光聚焦在“送药上门”“在线咨询”等服务上。

“去年春节，一天下来咨询量差不多有八九百条。医生和药师的办公区，全天都能听到进线咨询的声音。”在叮当快药就职的药师韩女士看来，今年的情况同样特殊，“由于甲流、乙流等多种呼吸道疾病的共同流行，2024年春节期间的咨询量仍居高位。”

记者从美团买药、叮当快药等平台的药师处了解到，春节期间一款名为“磷酸奥司他韦胶囊”的药品需求量较大，其主要应用于甲型、乙型流感的预防与治疗。

此外，消费者王先生告诉记者，以前家里的老人自己用药、买药时总是存在一些障碍，如看不懂说明书上的药物功效说明等，“现在线上买药的时候，几乎所有平台都能找到在线咨询窗口，工作人员的服务态度也比较好，能为消费者仔细地介绍不同药物的功效。”

记者观察到，不仅限于外卖、生鲜食品、药品，当下几乎任何在节日期间急需送达的物品，都可以通过即时配送服务快速送达，实现即时零售“万物皆可买”。

“即时配送”新春发展势头强

“即时配送行业的新春发展前景广阔。”中国消费经济学会副理事长洪涛在接受记者采访时说，“这种服务能够整合多种资源，包括配送员、配送车辆、订单处理系统等，利用信息化手段优化配送流程，极大提高配送效率，顺应新春佳节用户的需要。”

产经观察家丁少将表示，“春节是中国最重要的传统节日之一，也是家庭团聚、朋友聚会的重要时刻。即时配送服务能够满足用户在上场场景下的需求，提供一对一的急送服务，保证商品的品质和安全。各大配送平台都通过在春节期间提供服务来增加用户黏性和市场份额，提升平台的业务量。因此，春节期间用户对即时配送服务的需求量非常大，过春节期间商家的订单量也因此而大幅增加。”

在洪涛看来，如今新春的即时需求兴起，是随着我国数字经济和电子商务的发展产生的：各类数字科技的创新应用提供了即时供给、即时需求的对接，线上下单、线下送达逐渐成为居民的消费习惯。

商务部研究院研究报告预计，2026年即时配送行业规模将达到10000亿元。洪涛认为，近年来即时配送行业快速兴起，在促进消费、保障民生、扩大就业等方面发挥着越来越重要的作用，在商家必争的春节消费市场，即时配送行业也有望保持快速增长的潜力。



搜狐新闻客户端



消费日报微信公众平台

《消费日报》搜狐新闻客户端订阅流程：

步骤一：扫码下载搜狐新闻客户端 步骤二：打开应用点击上方“订阅”
步骤三：选择“添加订阅”后搜索“消费日报” 步骤四：点击右上角“+关注”即可

本报新闻职业道德监督岗

电话：(010)67605353 67606237
邮箱：xfrbjw@163.com