

消费日报

2024年2月21日
星期三
总第8636期
第5695期
今日4版

春节假期全国投递快递包裹超6.41亿件

本报讯 国家邮政局监测数据显示,今年春节长假期间(2月10日至17日),全国揽收快递包裹10.79亿件,日均揽收量与2023年春节假期相比增长145.2%;投递快递包裹超6.41亿件,日均投递量与2023年春节假期相比增长82.1%。邮政快递业总体运行安全平稳,寄递渠道畅通有序。快递包裹量的良好增长态势,进一步凸显邮政快递业务保通保畅、递送温暖的积极作用,也折射出中国消费新活力。(辛文)

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



图为工作人员在打理蝴蝶兰盆栽。丁华明 摄

节日仪式感带动二手奢侈品走俏新春市场

消费者购买二手鞋服意愿提升

本报记者 闫利 口 张钰格格

“这个包我能试背一下吗?”“老板,这款包如果有其它颜色您一定帮我留意一下。”“这条丝巾我能试戴一下吗?”“这只包有机构鉴定的报告吗?”岁末年初,辞旧迎新,二手奢侈品市场热闹非凡。记者在北京多家二手奢侈品店内看到,春节期间来购买二手奢侈品的客流量依旧不减,消费者对闲置二手物品买卖的接受程度也越来越高。

**红色商品受偏爱
节日仪式感带动销量**

鲜艳、喜庆的颜色通常被认为是春节的主题色,在二手奢侈品市场也是如此。近日,记者来到了位于北京市三里屯的四海中古店,一进入店内映入眼帘的便是矮柜上陈列着的七只红色系中古包。店主郭智慧告诉记者,特意陈列红色系的产品是希望迎合春节喜庆的氛围,红色的包由于不好搭配,二级市场保值率低的原因导致销售情况不如其它款式,希望借助春节的契机能够使其获得消费者的青睐。

记者观察到,拥有喜庆元素的二奢除了在线下受欢迎,在线上也同样迎来了销售“小阳春”。“春节期间,消费者倾向于选购具有节日氛围的二手奢侈品。”记者在妃鱼品牌处了解到,2024年1月13日至1月28日期间,妃鱼销售款式中,红色款式销售额较

2023年12月同期提升44%。“为了满足消费者春节宴会的消费需求,店铺内引入了更多‘红色系’‘金色系’的丝绒裙、高跟鞋、靴子等商品。”该品牌负责人告诉记者。

持同样观点的还有红布林创始人兼CEO徐薇。她告诉记者,过年仪式感的带动下,鲜艳喜庆的颜色销量提升较大,跟新年习俗相关,春节期间红色包袋、服装、配饰等商品受到偏爱。“春节期间是一个礼尚往来的高峰期,基于赠送礼物的需求,年前消费者更多会选择成色较新的产品,9.9成新的商品销量有较大提升。”她说道。

**消费者态度转变
服饰类二手商品受认可**

随着循环经济越来越深入人心,消费者从消费二手箱包、腕表,逐渐过渡到服装、配饰、鞋靴。记者在四海中古店内注意到,二手的奢侈品服装占据了店铺二层三分之一的空间。郭智慧告诉记者,“我发现从2023年开始,消费者对接受二手奢侈品服装的意愿有所增高,我们曾开设‘二手潮服’销售专场,发现销售情况十分可观。但由于店内二手奢侈品服装的尺码不全,磨损程度不一等诸多因素导致回收方面存在一定难度,所以我们也努力增加服装区域的存货量。”

不同于线上直播间内的模特展示,实体店直接看细节让二手奢侈品消费者更放心。妃鱼潮奢是一家主营成衣、鞋履、配饰等闲置二手奢侈



图为消费者在选购二手奢侈品包。张钰格格 摄

品的实体店,该店店长告诉记者,店内销售的服装类目中,羽绒服、大衣、针织衫、棉服销量比重超过70%。“潮奢仓今年开业的第一天早上,就有几个顾客直奔‘大鹅’(Canada Goose)羽绒服而来,因为二手商品尺码有限,我们希望尽量满足不同身型的消费者需求,一直在协调全国各地商家联络补货,货品数量从建仓的7000件补到15000件。春节前后,很多南方朋友都有去北京、哈尔滨等北方城市旅游的想法,所以潮奢仓也专设了加拿大鹅、Maxmara等品牌专区。”潮奢仓店长表示。

除了冬季服装热销,春节的“黄金

热”也让珠宝首饰迎来销售小高峰。“今年受热播电视剧《繁花》的影响,更多消费者爱上了真正的Vintage中古首饰,香奈儿的中古项链、耳饰是饰品类最畅销的。项链、耳饰的线上和线下的总销量相比上月同期均增长超100%。”潮奢仓店长透露。

面对消费者对二手鞋服购买意愿上升的现象,妃鱼品牌负责人对记者分析说,“因为消费者对二手鞋服的使用感知会比箱包类更强,品牌信任度比较难建立。随着越来越多人选择消费二手鞋服,也说明大家对可持续消费有了更开放、包容和信任的态度。”

着力打造「中国花谷」 江苏沭阳年宵花俏销

本报讯 (记者 魏静 口 倪亚琼) 春节期间,记者走进江苏省宿迁市沭阳县润成兰花盆景产业园内,大辣椒、安娜、笑开怀等200多个品种的蝴蝶兰竞相绽放,工作人员正在按照年宵花订单对蝴蝶兰进行组盆、包装、发货,到处是喜气洋洋的景象,幸福的年味弥漫在空气中。

“早就听说这里的蝴蝶兰品种丰富,特意过来挑了几盆红色的蝴蝶兰装饰新家,讨个红红火火的好寓意。”消费者李冬洁说。

该产业园销售部负责人李春风介绍,最近是蝴蝶兰的销售旺季,元旦过后,不少企业、商户等大量下单蝴蝶兰盆景,散客也在陆续增多,平均每天可销售400余株。“最近一个月就销售了15万株,占全年销售额的50%。为了备战春节销售高峰,园区工人每天加班加点赶订单,制作好的蝴蝶兰销往北京、上海、山东等地。”李春风说。

“大棚里一年四季都有活,收入也不错,在家门口能找到这么好的工作,挺好的。”张玉在该产业园已经工作了4年,专门负责插花、制作花篮。最近发货量激增,她每天都要忙到半夜,凌晨5点又要起来帮忙发货。“虽然累点,但收入也更高了,心里还是很开心。”张玉笑着说。

在位于扎下镇的沭阳国际花木城内,绿植、花卉、盆景各色年宵花品种丰富,争奇斗艳,琳琅满目,商户们纷纷把象征着“好彩头”的年宵花摆放到店铺显眼处,前来询价采购的市民络绎不绝。

“这是我们举办的第二届年宵花节,以‘花开中国年 花香满沭阳’为主题,联合盆景区商家开展年宵花优惠促销活动,就是把传统融入现代,把美丽做成经济,不仅引领市民的时尚消费,为群众提供性价比高、观赏性强的年宵花,而且有力带动花卉行业发展,激发产业发展动能,塑造节庆特色品牌。”扎下镇党委书记孙助权介绍说。

据了解,江苏沭阳素有“虞姬故里”“花木之乡”的美誉,拥有各类活跃网商5万余家,集聚了淘宝、京东60%的花木类卖家,花卉直播销售额占全国三分之一,每天都有花木快递从沭阳发往世界各地,拉动了32万名本地人创业就业。

近年来,江苏沭阳着力打造“中国花谷”,加快花木产业“六个转型”,促进一二三产业融合,全面激活美丽经济,2023年沭阳花木销售额已突破300亿元。



图为工作人员与小朋友共同制作糖人。王牧云 摄

本报记者 闫利 口 王牧云

“老北京糖葫芦看一看啊!”“来尝尝老字号爆肚。”“纪念品,大栅栏纪念册。”2月17日,农历正月初八晚上7点,龙年春节假期的最后几个小时,记者在北京前门大栅栏商业区看到,300米长的商业老街上装扮一新、人流如织,高高挂起的灯笼随风摆动,老字号商铺内的叫卖声此起彼伏,节日气氛浓厚。

本报新闻职业道德监督岗

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

买旗袍、吹糖人、吃爆肚……

北京大栅栏商业区:各地游客品老字号文化

苏的游客小李告诉记者,她先前在社交平台上了解到吴裕泰的抹茶冰激凌茶香浓郁,特意来此地“打卡”品尝。“我和妈妈进行了分工,她进店买茶叶,我在窗口排队买冰激凌。”小李说。北京同仁堂是全国中药行业的老字号,其推出的安宫牛黄丸、牛黄清心丸、大活络丹深受消费者的信赖。“我是从网上知道的北京同仁堂,这次来北京打算买点同仁堂的保健药品回去,父母年龄大了需要多保养身体,北京同仁堂老字号的招牌让我很放心。”来自广东的钱女士对记者说。

在一个吹糖人的摊位前,记者注意到,有两名小朋友正在挑选糖人。吹糖人是旧时北京的一个行业,是中国民间手工艺品之一,有着悠久的历史 and 深厚的文化底蕴。记者经询问小朋友的母亲得知,他们来自四川,利用春节假期来北京探亲。“孩子们都没来过北京,借此机会让他们感受一下北京的年味。”记者观察到,吹糖人的工作人员正在邀请这两名小朋友一起吹糖人。“吹糖人不是一个单纯的商业产品,更是非物质文化遗产,是携带着老北京记忆的一个手工艺,让小朋友一起吹糖人,可以让新一代年轻群体接触、了解老北京文化,让这一项优秀的非物质文化遗产传承下去。”该工作人员对记者表示。

大栅栏商业区不仅有老字号商店和非遗体验,拥有良好口碑的餐饮名店也是这里的独特风景,东来顺的涮羊肉、全聚德的烤鸭、天兴居的炒肝、方砖厂的炸酱面都是消费者不错的选择。记者注意到,在大栅栏老街的九门轩烤鸭店门前早已排起了等位的长队,其中一位游客告诉记者,他们从下午六点半来拿号排队,已经排了将近两个小时,但目前前面还有两桌人在等座。大栅栏商业区一处售卖老北京爆肚的工作人员向记者透露:“今年过年的用餐人数增多,甚至出现了因食材短缺而导致菜品售罄的情况,实在是没想到会有供不应求的现象出现。”

除此之外,记者还从大栅栏商业区维护治安的工作人员处了解到,春节前后都是游客量“顶峰”的时间段,在这期间他们加强治安管理,做好人流分流措施,保证全国各地游客在北京旅游的安全。



图为消费者在吴裕泰茶店门口排队购买抹茶冰激凌。王牧云 摄



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 步骤三:选择“添加订阅”后搜索“消费日报”
步骤二:打开应用点击上方“订阅” 步骤四:点击右上角“+关注”即可