

国风、仪式感成端午节消费关键词

端午节即将到来,与端午节相关的商品开始热销。记者发现,今年的端午节消费,除了粽子和应节的点心、香包、手绳、艾草装饰品相当走俏,与龙舟相关的商品也颇受欢迎。

国风装饰品走俏

几元一把的艾草搭配上菖蒲叶、铃铛挂件,再配上几张写着祝福语的卡片,艾草花束、花环便诞生了。在天猫某家居旗舰店,以“端午”为主题的手工装饰材料已售7000余单,其中热销的一款包含艾草、菖蒲以及其他装饰的材料包,标价32.8元。

端午节,在门头悬挂艾草的传统由来已久,寓意驱邪纳福。新式的艾草花束、花环,除了追求寓意,更发挥了美观、装饰的作用,可以说是年轻人将审美和传统仪式结合的“仪式感”。记者看到,艾草花束相关材料包标价从7—40元不等,消费者可以根据自己的喜好购买,也可以混搭DIY,一些店铺销量已超过1万单。而评论区里,“氛围感”“仪式感”则是消费者点赞的主要原因。

此外,无论是淘宝还是抖音,香包和手绳之类的随身装饰也正在热销,在浙江义乌国际商贸城尤其能感受到这一点。“今年流行国风香包。”义乌购APP上一位经营者告诉记者,相比于以

往的香囊,今年的粽子造型香囊很受消费者喜爱,“这是‘福粽’嘛,传统工艺加上国风纹样,再塞满艾草,不仅好看还可以驱蚊。”

北京市朝阳区居民章女士近日选购了一些国风艾草香囊和五彩绳。章女士说香囊款式很多,批发价格便宜,“单条价格也就10元左右,性价比很高,还有传统节日的仪式感。”

据浙江义乌国际商贸城经营户介绍,带有端午节元素和龙元素的手绳、手链从3月份就开始进入销售旺季,临近端午节,带有“安康”字样或者小粽子吊坠的手绳、手链销量开始成倍暴增。在淘宝平台,记者看到价格10元以内的五彩绳销量已超三万件。

要说端午节的仪式感,赛龙舟和吃粽子历史悠久,“龙舟经济”受到关注。据了解,“龙舟经济”是近年来兴起的一种以龙舟为主题的旅游产业和相关衍生产业。每年的端午节前,都是龙舟产品的旺季,船桨、龙舟鼓、龙舟锣、令旗、红绸……这些与龙舟相关的产品已经供不应求,定制款订单更是让商家通宵忙碌。而纸制龙舟玩具既可以锻炼孩子的动手能力,还能感受传统节日的氛围,受到消费者的欢迎和好评。

粽子回归食物本性

与香囊、艾草花束等消费品相比,

今年端午节粽子的“礼品属性”大大降低,回归食物本性。记者走访商超发现,尽管粽子礼盒早早上架,但消费者更青睐于购买散装粽子自己吃。

“这个牌子的肉粽子口味正、馅料足,小孩喜欢,一盒不到30块钱,算下来一个还不到5块钱,很划算。”正在挑选粽子的王女士表示,自己挑的猪肉粽和栗子肉粽口味好、日期新鲜,不买礼盒包装价格上更划算。

北京某商超内一位正在向消费者介绍新口味粽子的销售人员告诉记者:“现在无论是品牌方还是消费者,都不拼包装了,而在馅料、口味上下功夫。”

天眼查数据显示,目前我国现存粽子相关企业5500余家,其中成立于1—5年的企业占比42.5%。根据电商平台数据显示,目前传统的肉粽、甜粽等销量依然遥遥领先,品牌店如五芳斋、广州酒家、吴越斋等主打的产品多为肉粽、蛋黄粽、豆沙粽,但芋泥、奶黄、榴莲等也被作为粽子馅料,吸引了喜欢尝试新口味的年轻人。一些“私房粽子”也进入销售旺季,“直播包粽子,一个月卖了5万多个,虽然累但是很开心。”淘宝上一位专做“私家秘制”粽子的商家直言。

民俗体验游、出境游热度高

包粽子、插艾草、赛龙舟……今年

端午节假期,民俗体验游尤为受关注。在抖音、小红书、微博等社交平台上,关于龙舟赛的讨论热度居高不下。“去看赛龙舟”“穿汉服、包粽子、做香囊”等活动受到关注。

途牛数据显示,广东、湖南、浙江、贵州等地举办的特色龙舟赛事,不仅增添了浓厚的节日气氛,更逐渐成为当地文旅的特色名片,今年端午节假期吸引了不少游客前往。

携程平台上,东莞目的地旅游搜索热度同比增长超40%。在东莞,“扒龙舟”作为国家级非遗,有着全国时间最长的“龙舟月”和热闹的“龙舟氛围”。而历史博物馆参观、龙舟观赛体验、非遗文化体验、历史文化景区打卡、汉服妆造体验等,将成为今年端午节假期的特色。

此外,有平台预测,今年端午节假期,消费者追求旅游产品灵活性、丰富度的特征更加明显,出境游热度高涨。根据飞猪平台数据,截至目前,今年端午节假期海外邮轮、租车、包车旅游等商品预订量同比均有翻倍增长,其中飞猪国际邮轮商品预订量同比增长超12倍;日本、泰国、马来西亚、韩国等是出境游热门目的地;自由行预订量在总出境游订单中的占比保持在80%以上。

(综合)

端午节前,市场监管总局在全国31个省(自治区、直辖市)组织开展粽子食品安全专项监督检查,抽检结果显示粽子产品总体质量安全状况良

针对粽子产品主要检验金黄色葡萄球菌、沙门氏菌、菌落总数、大肠菌群、霉菌、商业无菌等微生物指标,脱氢乙酸、山梨酸、安赛蜜、糖精钠、甜蜜

市场监管总局开展端午节前粽子食品安全抽检 未检出不合格样品

好。本次专项抽检共抽检粽子及原材料糯米450批次,重点覆盖超市、糕点店、小食杂店、批发市场、农贸市场、餐馆和网络平台等经营销售环节。抽检的粽子产品涉及五芳斋、三全、思念、北京稻香村、利口福、知味观等近100个品牌215家生产企业。

素等食品添加剂,以及过氧化值等质量指标。针对糯米主要检验铅、镉、无机砷等重金属,苯并[a]芘等有机污染物,以及赭曲霉毒素A、黄曲霉毒素B1等真菌毒素项目。经实验室检验,均未检出不合格样品。

(综合)

观察

咸粽覆盖面超甜粽,甜粽销售占比52%胜咸粽 “甜咸之争”你选哪一款?

随着人口的流动和大众尝鲜意愿的提升,过去泾渭分明的南北口味分界线已经不复存在,粽子口味的南北版图正在逐渐发生变化。从京东超市的粽子销售数据来看,今年甜粽子打了个翻身仗,销量险胜咸粽。但咸粽的覆盖“版图”远超甜粽,而且有41%的消费者更看重粽子的低糖属性。

以京津冀为首的华北地区,消费者对咸粽的接受程度明显提高,鲜肉、蛋黄肉粽等出现在了不止北方人的菜单上,而热衷于咸粽的南方人,也表现出了对于豆沙

粽的喜爱。虽然咸粽已“攻”下了京津冀等北方城市,但从上述平台销售数据来看,甜粽则以52%的销售比例反超咸粽,保持了较大的消费体量,受众群体更广。

尤其是榴莲、芒果、冰淇淋等甜品型低温粽,获得了21—25岁年轻消费者的广泛青睐,有望成为新晋话题中心。同时,人口的流动也进一步引爆了嘉兴粽、竹筒粽、清真粽、肇庆裹蒸粽等的搜索热度,超20万的京东用户搜索地域粽,通过网购家乡特产粽子解乡愁。(广州日报)



端午将至 粽叶飘香

6月3日,北京市一家稻香村店内摆出了多种口味、不同包装的粽子供消费者选购。店员介绍,今年北京稻香村推出了新口味“奶黄软心粽”,很受欢迎。同时,传统口味粽子的销售热度也居高不下。记者询问时,多款礼盒装粽子均已售罄。

图为消费者在北京市一家稻香村店内选购粽子。

□ 本报记者 刘元 文/摄

北京市丰台区市场监管局之窗

北京市丰台区实现全市质量工作评价考核A级等次“三连冠”
近日,根据北京市贯彻质量强国战略工作领导小组通报,丰台区2023年政府质量工作评价考核等级为A级,获得全市质量工作评价考核A级等次“三连冠”。在各项指标中,质量政策制度和促进措施、质量基础设施建设、服务质量提升领域处于全市较好水平。近年来,北京市丰台区深入贯彻市委市政府决策部署,将质量强国建设纳入重要议事日程,统筹开展质量提升行动,弘扬质量文化,增强质量意识,强化质量监管,质量工作取得积极成效。监管方面,检测认证机构监督检查成效突出。积极开展计量诚信示范。倾办的制售假羊肉案件获公安部贺电表扬。轨道交通智能控制产业集群被工信部认定为2023年全国中小企业特色产业集群。服务质量提升方面,医疗质量改进工作有效开展,深化“双减”工作机制、职教“新十条”落实情况较好。下一步,北京市丰台区将深入贯彻落实《质量强国建设纲要》及本市意见,充分发挥质量强国联席会议的统筹领导作用,全面实施质量提升行动,强化质量安全监管,提升产品、工程、服务质量供给水平,更大力度推动质量强国建设部署落地见效。同时,立足区域定位和产业优势,深入开展质量强企强链强区建设,提升质量基础设施集成服务效能,更好发挥质量在区域经济社会发展中的作用,助力区域高质量发展。(刘静)

西凤酒
XIFENG LIQUOR

中国红 红西凤

粽享凤香 端午安康

全国统一售价: **1499元**
陕西西凤酒股份有限公司 招商电话 **400-860-1919**