

线上消费火,线下商业旺—— 假期市场消费需求集中释放

2021年春节,“就地过年”悄然改变了传统春节消费市场,人们不仅开启“买买买”模式,“买买买”方向也不断转变。线上消费多领域“飘红”,线下零售不断下沉;快递“春运”不期而遇,激发许多线下零售店多线出击;线下商业体迎来久违的高流量,春节黄金周消费者买得高兴,商家卖得强劲。“不打烊”的春节催生了许多新的消费变化,多领域出现消费新机遇。

品质商品备受青睐

购物、聚餐、看电影……今年春节,记者通过走访北京市场发现,各大商场人气旺盛,已然成为节日里的“气氛担当”。停车场门口等待入座的车辆在有序排队,商场内人们戴着口罩也遮挡不住满脸的喜气洋洋。由于大批居民“就地过年”,加上春节消费热潮带动,春节期间商场热闹依旧。

据有关机构监测,春节期间全国10个一二线城市购物中心日均客流量同比增幅超200%,达到2019年春节同期水平的86%。

“一直以来,‘85后’人群是我们商场的消费主力,但今年春节期间,许多三世同堂甚至四世同堂的家庭出现了同逛商场、其乐融融的景象。”银泰商业副总裁邓朝军告诉记者,全家齐聚来商场,不仅是为了购物,也是一同娱乐休闲,体味阖家团圆的乐趣。

今年春节期间,银泰百货的消费人数与2019年同期相比增长了46%,消费金额增长近20%。由于新冠肺炎疫情影响,2020年春节假期的客流量并没有纳入比较范围。

商务部数据显示,春节期间,商务部重点监测零售企业的珠宝首饰、服装、通信器材、家电数码比去年同期分别增长160.8%、107.1%、39.0%和29.9%。双节叠加更激发了金银首饰、美妆产品、鲜花伴手礼等品质商品消费的旺盛势头。

“我第一次看见稀奇艺术的雕塑作品,是在某活动上展示的一尊粉红色护士雕塑,刻画的是奋战在疫情最前线的医护人员们,令人动容。没想到今天在侨福芳草街逛街能看见这个品牌的店铺,太让我兴奋了。”在人头攒动的店铺门口,时尚杂志编辑王倩告诉记者。

记者留意了一下店内陈列的商品,有些商品售价并不便宜,但依旧有不少消费者购买。店员告诉记者,购买者多数是冲着商品的艺术价值和生活审美,“现在我们的消费族中追求艺术和品质生活的中青年人群越来越多”。

稀奇艺术首席内容官刘扬介绍,相较于往年,稀奇艺术中高端消费用户群体维持稳定的基础上,年轻用户群体不断扩大,他们对于节日的仪式感和生活仪式感需求强烈,追求高品质商品的消费比重呈现增加趋势。

线上消费表现亮眼

受新冠肺炎疫情疫情影响,今年春节期间网购年货、“云端过节”、数字红包等消费方式成为新潮流。借助不打烊的网购、快递等渠道,“就地过年”群众可以与家乡亲人互寄年货特产;边看直播边抢年货,“原产地直发”成为今年年货节的最大特色。

商务部最新数据显示,“2021年全国网上年货节”期间(1月20日至2月18日),全国网络零售额达9057.6亿元。网购、在线餐饮等线上消费成为年货消费主流,全国网络零售额稳步增长。

邮政快递业的数据更加印证了春节期间消费市场的火爆。国家邮政局快递大数据平台监测显示,春节期间(2月11日至17日),全国邮政快递业累计揽收和投递快递包裹6.6亿件,同比增长260%。在高位运行状态下,全网揽收量是去年同期的3倍左右,投递量更是达到3倍至4倍。

记者了解到,为了和远方的家人们一起“云过节”,不少“就地过年”的消费者早早就开始买年货、备年货,热情比往年更高。老家在福建漳州的赖金华说,他今年置办年货的支出达到了上万元。“今年,我把原本用来买飞机票和车票的钱,都用来买了新年礼物寄给家人,这些年货代表了我的心意。”

同样的情况还发生在“留守闺蜜”“留守小哥”的身上。来自安徽的化妆师导购员刁福艳就是其中一位,今年是她第一次不回家过年,为了化解思乡情,她准备了比往年更多的年货和年礼寄回家,有化妆品、玩具、零食干果……“我给每个人都准备了新年礼物,希望可以弥补不能回家的遗憾。”她表示。

36岁的贾斌,在百世快递北京大

门站点了5年快递,因为东北老家有疫情,加上站点人手紧张,他选择留在北京过春节。“这是我第一个无法与亲人团聚的春节。”他说,春节期间他一直在为商户和居民送年货,看到留在北京过年的人们都很开心,他也越干越起劲了。

随着5G和4K等新技术的推广应用,越来越多人随时随地“云”过年。河北、福建、甘肃等地群众在云端看烟花、逛庙会,感受年味;云南、广东、湖北、西藏等地开展了“一部手机逛商圈”“线上打年货”等活动,让就地过年群众得实惠。

消费需求更趋多元化

今年春节黄金周,我国消费市场呈现出许多新特点新变化。非接触、少聚集安全消费成为共识,多层次、多样化的品质性、升级型消费需求集中释放,消费市场展现出蓬勃生机和旺盛活力。

据商务部监测,农历除夕至正月初六(2月11日至17日),全国重点零售和餐饮企业实现销售额约8210亿元,比2020年春节黄金周增长28.7%,比2019年春节黄金周增长4.9%。

餐饮消费红火,年夜饭套餐、半成品年夜饭外卖销售火爆,线下餐饮表现也十分抢眼;一些老字号餐饮企业也加快上线上云,北京部分餐馆外卖销售增长1倍以上,收入占比超50%。

此外,就地过年还带动了本地游、周边游、短途自驾游,各休闲娱乐场所客流量明显增长,城市郊区度假酒店、民宿等预订火爆。

相信有不少人都为那一部《你好,李焕英》流下了泪水。春节期间多部国产电影上映,引爆电影市场;各类文艺演出、文博展览和民俗旅游等活动,为群众过年提供更多选择。

由此可见,未来升级型消费需求将愈发向多元化、品质化方向迈进。如何让消费市场好的变化延续下去,商家如何进一步专注消费新机遇,将是业内需要思考并努力的课题之一。

据经济日报

零售额同比增长近五成 新消费点燃 重庆春节假期消费之“火”

各区县主要商圈和重点监测商贸企业实现零售额274.1亿元,同比增长49.9%——重庆市商务委监测数据显示,今年春节假期,重庆消费狠狠地“火”了一把。

点燃春节假期消费之“火”的,是以体验式消费、线上线下融合、“宅经济”等为主要特征的新消费。新消费,已经成为拉动重庆消费、促进国内大循环的一股重要力量。

商场看货,网上下单,送货上门
2月15日,市民王女士在观音桥苏宁易购广场看好一款笔记本电脑后,通过手机进入该商场的云店,在网上下单、付款。一个多小时后她回到家,商家已把这台笔记本电脑送到了家门口。

“买电子产品,现场看实物更让人放心。看好后在云店下单,又能省去因人多要在现场排队付款、取货的麻烦。”王女士说,这种线上线下一体化的购物方式很新颖,也让消费者购物更方便。

苏宁易购重庆地区管理中心相关负责人介绍,观音桥苏宁易购广场同步上线了云店,为消费者打造了线上线下融合的24小时不打烊的购物场景——云店与实体店卖同样的商品,消费者在云店下单后,如果收货地址距离该广场5公里之内,一小时左右就可送货到家。

线上线下一体化,这样的卖场还有不少。譬如,京东电器超级体验店重庆店在售商品超过20万款,但其中部分商品并未摆放在现场,而是在云货架上。

本土零售巨头重庆百货,其旗下各零售业态通过线上购物、直播带货、社群分享等方式积极探索购物消费新模式。其中,超市业态利用“多点”“美团”等线上平台+社区提货站”方式,开展无接触配送上门服务;百货业态采取“微信社群+直播+小程序”组合营销,推动线上线下双线引流;电器业态利用“重百创客”等进行营销推广,精选“爆款”上线,吸纳粉丝。

“当前,重庆零售业正在加速线上线下融合。春节假期,我市各大商贸流通企业纷纷推出云购物、云点餐、直播带货等线上业务和线上促销手段,为线下卖场引流,使得商圈、卖场人气旺盛。”市商务委相关负责人说。

据市商务委监测,春节长假期间,重点商圈人流明显增加,线上线下销售火爆,中心城区五大商圈客流量达1205万人次,比疫情前一年的2019年增长4%。其中,三峡广场、观音桥、杨家坪、南坪商圈客流量分别增长109.6%、22.8%、24.6%、4%;中心城区重点商圈销售额同比增长91.7%。

边购边玩,体验式消费受追捧
商圈和卖场人气旺、销售火,另一个重要原因是体验式消费聚集了大量人气。记者在龙湖礼嘉天街实地打探到,这里就像一个亲子乐园:在一家艺术店,妈妈们带着孩子或喂兔、喂仓鼠,或抓观赏鱼,或搭积木;一家儿童乐园里,设置了一个机器人擂台,只见几名孩子不停地用手拍打按钮,操控着数个仅有拳头大小的机器人互殴……

“引入让消费者能够边玩边玩边消费的体验式消费业态,是礼嘉天街的一大特色。”礼嘉天街相关负责人说,此举起到很好的引流作用。体验式消费,并非礼嘉天街独

有。在世纪新都商场推出了“美丽课堂”教室,去年以来累计开展了百余场授课及沙龙等活动,涵盖烘焙、插花、美妆等领域。“我们正在从单纯卖商品向推广生活方式转变,以增强客户的黏性。”该商场相关负责人介绍。在观音桥苏宁易购广场,厨房电器、彩电、冰箱及小家电等电器销售区普遍采用家庭场景式布局,消费者可现场学习烘焙,免费品尝榨果汁、现磨豆浆,还能在店内玩VR游戏,坐在休闲区域喝水、看书。另外,卖场还新开设了小化精品影院,消费者可免费欣赏电影。

在重庆来福士,打造了一个集“游、购、赏、品、玩、享”于一体的引领消费潮流的购物中心。消费者来到这里,可去萌宠动物园看动物,到卡通尼乐园边玩边了解非洲大陆动物与人文、古生物的演进历史,去250米高空的水晶连廊欣赏“两江四岸美景”。

“种种迹象显示,以体验式消费等特征的新消费,在重庆正呈现出蓬勃发展的势头。”市商务委相关负责人表示,这不仅给消费者带来了购物新体验,也使线上在电商冲击下成功重塑人气。

“宅经济”升温,足不出户吃遍全城美食
“宅经济”同样火。

除夕,家住江北北区南桥寺升伟新意境小区的代女士一家在网上点了年夜饭套餐,吃了一顿丰盛的年夜饭。初一、初三、初四,一家人又分别点了火锅外卖、半成品中餐外卖和西餐外卖。4次外卖花了不少钱,但代女士觉得物有所值。

“这个春节,一家人多数时候都宅在家里,但我又不想天天做饭。餐馆推出的外卖服务,可将各种美食送到家。”代女士说。

市商务委相关负责人介绍,春节期间,重庆餐饮商家纷纷创新餐饮新模式,引领新消费,抢抓“就地过年”带来的商机。不少中餐厅、火锅店、中式快餐店和洋快餐店等餐饮门店不打烊,且提供外卖服务,市民既可以到店堂食,也可以宅在家里点外卖;更有超过30家餐饮商家、近300家餐饮门店推出了年夜饭送到家服务。永辉、盒马鲜生等大型超市也陆续开辟了线上“年味专区”,卖起了年夜饭。消费者足不出户,即可吃遍全城各种美食。

在新消费带动下,重庆春节餐饮消费持续红火——不仅年夜饭、团年宴成为了餐饮市场主旋律,各大宾馆酒楼、特色餐厅等大众化餐饮更是生意兴隆。据市商务委监测,春节假期,全市重点正餐企业德庄火锅、枇杷园火锅、科力大饭店、肘子火锅店营业额同比分别增长8.8倍、7.3倍、6.1倍、4.6倍。

外卖带动餐饮消费旺盛,仅仅是春节“宅经济”的一个缩影。来自拼多多的数据显示,“网上送年货,线上买年味”成为今年春节消费的一种主流方式。2月10日至16日(农历二十九至大年初五),包括重庆在内的一二线城市订单量占比的涨幅明显,各地特色的家乡“年味”成增幅最快的品类。

据重庆市邮政管理局最新数据,春节假期,全市快递业务量达416.23万件,比2020年春节假期增长260%;投递量达557.7万件,比2020年春节假期增长109%。春节重庆“宅经济”之火,由此可见一斑。

据重庆日报



近日,在位于重庆市沙坪坝区三峡广场的新世纪凯瑞商都商场,销售员在进行网络直播。

今年春节,该商场加大了网络销售力度,通过网络直播等卖年货,取得了线上线下较好的销售业绩。去年,新世纪凯瑞商都商场共线上带货和探店直播242场次,销售近1000万元,获得了线上线下融合的宝贵经验。

商场开直播 年货卖得欢

特约记者 孙凯芳 摄

全城相邀闹元宵 10万个汤圆免费吃 “2021成都惠民元宵商品展”将持续到正月二十

□本报记者 赵蝶 文/图

为深入开展川渝新春大拜年及惠民生、促消费活动,满足广大市民节日消费需求,近日,“2021成都惠民元宵商品展”在成都市顺城大街富力广场1楼热闹开幕。一大早长长的队伍就排到展厅门外排到各个展位前。记者现场看到,琳琅满目的品牌汤圆是本次展会的亮点之一。科迪、思念、湾仔码头、龙凤、三全、赖汤圆、家乡、水乡、大桥道、海霸王等国内有名的汤圆品牌悉数登场,带来了人们普遍喜爱的芝麻、红糖、冰糯、豆沙、花生等传统老口味,还有今年新上市的水果馅、玫瑰馅、玉米馅、五谷杂粮馅等新口味,丰富广大市民过节所需,供广大市民和消费者选购。

据悉,本次展会以“促消费、惠民生”为主题,汇集了百余家省内外企业,展示展销各类品牌汤圆、名酒名茶、市州土特产、工艺品及居家用品、服装服饰等上万种优质商品,为市民和消费者提供了一个一站式逛展闹元宵的好去处。

今年“就地过年”催旺消费。开幕当天,

热闹又好玩的成都惠民元宵商品展会吸引了众多市民和消费者逛展过节。一大早,长长的队伍就从展厅门外排到各个展位前。记者现场看到,琳琅满目的品牌汤圆是本次展会的亮点之一。科迪、思念、湾仔码头、龙凤、三全、赖汤圆、家乡、水乡、大桥道、海霸王等国内有名的汤圆品牌悉数登场,带来了人们普遍喜爱的芝麻、红糖、冰糯、豆沙、花生等传统老口味,还有今年新上市的水果馅、玫瑰馅、玉米馅、五谷杂粮馅等新口味,丰富广大市民过节所需,供广大市民和消费者选购。

展会期间,将持续举办“10万个汤圆免费吃”和“猜灯谜赢元宵好礼”活动,展会开馆时间为每天9:00-17:30,将一直持续到正月二十(3月3日)。欢迎市民朋友到成都顺城大街富力广场1楼,逛展过元宵。



四川万源市玉带乡 铆足“干劲” 为烟叶发展开门红起好步

□马发海 本报记者 汪美山

一年春作首,万事行为先。春节返岗上班后,四川万源市玉带乡全体干部职工全员到岗,整装待发,以“开局即决战,起步就冲刺”的精神状态,铆足“干劲”,下足功夫,将毛烟种植作为推动全乡产业发展的重中之重,开大会、明责任、分任务,为实现新年开门红起好步、打好底、开好局。

全员上阵,压实工作责任。玉带乡党委政府坚持把烟叶发展作为头等大事来抓,坚持领导干部带头,明确各村烟叶任务,建立起乡干部包村、村干部包社、社干部包户的三级责任体系,将种植计划落实到户,面积细化到地块,责任落实到人。同时强化宣传,通过召开群众大会、坝坝会、入户宣传、发放宣传画等方式将烟叶种植宣传到村到组到户,提高群众政策知晓率,调动群众种烟积极性。

摸清底数,精准科学谋划。由乡党委、政府主要负责人带头,各村工

作组深入田间地头调研烟叶生产的前期工作,了解物资储备、地块规整、烟叶生产周期等情况,根据烟叶生产的自然规律,制定详细的烟叶发展规划,精准施策。同时,做好物资到位、技术保障等各项配套服务措施,制定详细激励政策,为毛烟生产提供强有力的保障。

点面结合,创新发展模式。采取烟叶生产集中示范片与散户种植相结合的方式,由点及面,推动烟叶发展。今年,玉带乡发展烟叶30亩的集中示范片4个,充分发挥集中示范片的辐射带动作用,引导和鼓励有能力、有潜力的农户种植毛烟,从不愿种到开垦烟地,从一两亩地到扩大种植面积,全乡上下形成了比学赶超的种烟局面。

春日的暖阳拉开了奋进的序幕,以烟叶为主的万源市玉带乡特色产业正着力描绘着富民强乡的振兴画卷。