新动力

让年货散发更多年味

王 晋

“二十三，糖瓜粘”，随着春节脚步临近，置办年货也列上了不少家庭的日程。

“穿新衣戴新帽、贴窗花放鞭炮”，千百年来，春节一直是中国人的一次年度消费盛宴。过年前，每个家庭要采买很多东西，吃的、用的、穿的、戴的、干的、鲜的、贴的、挂的，统称之为“年货”。置办年货是一次喜庆的心灵体验，心里想着老的、小的，添的不仅仅是货物，更是一份祝福、一份思念。

从古老的农耕时代走向信息时代，随着生活水平的不断提高，人们置办年货的热情正在逐渐减弱。平时不缺吃、不缺穿，很多家庭觉得过年时吃的用的和平常也没什么区别。适应这种时代的变化，年货需要更有新意，更有“年味”，才能吸引消费者。

要给年货增加文化味。文化附着到年货上，会让年货更有味道。文化与商品结合，会产生微妙的化学反应。比如，同样的饰品，契合羊年主题的“洋洋得意”、“喜羊羊”在这个春节里卖得更火；比如，同样的食品，有吉祥寓意的年糕、元宵等通过精美的文化包装会让更多人喜欢；比如，同样的旅游纪念品，增添了情感和文化底蕴，会让人眼前一亮。

要给年货增加科技味。如今，传统的年货已很难打动人心，高科技的电子商品会让人怦然心动。节日未到，一款“一卡通”手环已在微信朋友圈被热转。这款小商品既可以在乘坐公交、地铁和租赁公共自行车时使用，还能用于部分超市、福利彩票、自动售货机，并设置了7种健康监测功能。小小手环抓住了当今人们崇尚绿色出行、追求健康环保的心理，势必会成为今年春节的市场热点。一些创意小件，如计步器、榨汁机、豆浆机等，也成为年货礼包里的新角色。

要给年货增加乡土味。互联网时代，年货的购买方式发生了巨大变化。网络就像个24小时不打烊的大超市，有全国各地的特色年货，本地市场找不到的品牌，都可以通过网购买到。年轻人对网购情有独钟，网上买年货可以送货上门，“让年货先回家”，还能让消费者采买到全国各地的特色农产品。搭上互联网这趟快车，曾经“藏在深山人不知”的特色乡土产品，可以卖到世界各个角落。在网上，人们还可以找到童年时喜欢的家乡食材、特色玩具，回忆起曾经的一份乡愁。

要给年货增加个性。2014年年底召开的中央经济工作会议指出，从消费需求看，过去我国消费具有明显的模仿型排浪式特征，现在模仿型排浪式消费阶段基本结束，个性化、多样化消费渐成主流，保证产品质量安全、通过创新供给激活需求的重要性显著上升。在一些地方的年货大集上，不少年货还是老面孔，消费者转了半天也没有购买的欲望，看上去红火的大集却成了“鸡肋”。想让年货留住人们的心，要仔细研究不同年龄段消费者的需求，增加个性化设计。

据商务部监测，2014年春节黄金周，全国零售和餐饮企业实现销售额约6107亿元，比上一年春节黄金周增长13.3%，创下近年来增速新低。去年春节市场消费平淡，今年市场会如何？年货就是一块“试金石”。让年货多些味道，用创新和服务让大家愿意多买年货，将会给春节消费市场开个好头。

消费者评

新风尚

具有“五免三省”的特点

半成品年夜饭热销

本报记者 陈 静

年夜饭怎么吃？在网上购买半成品年夜饭成为人们的新选择。北京白领吴翀告诉记者，她一周前就在网上购买了一家知名酒店的半成品年夜饭套餐，售价298元，包括海鲜、肉类、素菜等在内8个热菜。“定好了除夕当天配送到家，主要是今年下手晚了，家里平时吃年夜饭的几个餐厅都没位子了。”吴翀告诉记者。

2月10日，记者在淘宝指数平台搜索“年夜饭”关键词，显示“年夜饭”最近7天的搜索指数环比上升3.8%，与去年同期相比上升234.1%。从12月底开始，画出一条向上的陡峭曲线。在网店中以“半成品年夜饭”作为关键词搜索，销量最高的一款产品一个月内已售出1471笔。

这些半成品年夜饭套餐通常以泡沫箱包装，包括所需材料，甚至连调料包也被放在每个菜品内。金百万集团董事长邓超这样形容半成品菜品的优势：“半成品对于消费者而言，具有‘五免三省’的特点，即免材料采买、免摘净、免冲洗、免切分、免调料配置等诸多环节，让消费者烹饪过程省时、省心、省力。”他告诉记者，半成品年夜饭是金百万目前大力拓展的业务重点，也是当前餐饮行业转型升级的突破点。

不过，摆在半成品年夜饭面前的门槛也不少。每年春节，快递公司都面临人手不足的问题，能否将半成品年夜饭“新鲜”配送到消费者手中，做到按时准点，确保质量，就成为最令人关心的事情。记者咨询了一部分餐厅的网上客服，他们表示，为了“靠谱”，这些半成品年夜饭都会使用顺丰配送，只要提前三天下订单，除夕当天一定能送到。

专家也提醒消费者，购买半成品年夜饭，也要提高维权意识，下单后要记得索要发票，签收时特别注意检查包装是否完好，此外还要保存好网页上关于菜品种类、注意事项等相关说明，万一出现问题，都可以成为维权证据。

年货变迁，你赶上了吗

春节，一个异乡打拼者带着大包小包礼物回家的日子，一个父母盼望和子女团圆的日子。年货，无疑是情感交互的象征。它可以带给家人快乐和祝福，展现出一年来的辛勤和悲欢，触动人们心底柔软的那片温情。羊年的年货市场呈现出什么特点？它又带给消费者何种新奇的感受？

在北京五棵松新年大集上，万余种全国名特优新土特产品集中售卖，受到市民欢迎。图为消费者在五棵松年货大集上选购商品。 本报记者 赵 晶摄

『赴心』添温情

城市里记录着每个外来人的辛勤悲欢，也正是这份情怀触动了“北漂”们心底最柔软的部分。年货追求的是带给家人快乐和祝福，带动子女与父母的情感交互

本报记者 晋

春节前，一款颇具文艺味的年货在微信朋友圈热转。年货礼包里，有一张老信纸，上面用行楷写着“京味儿礼单”，礼单内含“稻香村京八件礼盒一份、吴裕泰茉莉花茶一罐、御食园北京小吃一盒、雍和宫平安符、乙未年精装台历、创意羊年大红包”。

在网页上，有这样的字句，“我们还要一份珍重的心意。回归古老的传统，用老北京讲究的礼数，把北京的味道带回家。让父母和家乡理解我们工作和生活的城市。”

春节，一个异乡打拼者带着大包小包回家的日子，一个父母盼望团圆的日子。大城市里，记录着每个外来人的辛勤和悲欢，也正是这份情怀触动了“北漂”们心底最柔软的部分。

“我们都是‘北漂’，一直想回家给父母带点儿什么，这份礼物要体现北京的文化，让父母了解我所在的城市。”去年刚创业的北京朗莱信息科技有限公司创始人孙方磊意气风发，“我们的初衷就是为大家的爸妈挑好东西。年轻人在城市里打拼很忙碌，我们帮大家用心挑好东西，节约时间。”2014年10月20日，北京朗莱信息科技有限公司旗下的电商平台“蜜爸妈”正式上线，主打中老年商品，目前，他们已获得蓝驰创投数百万美元的投资。

朗莱信息科技有限公司在北京霄云中心的办公室像个商品市集，阿胶糕、亚麻籽油、人参香皂……一应俱全。办公室的白板上写着公司的近期计划。“我们在顺义有个仓库，首批1500份‘京味儿’礼盒已经送出。这几天，我们连续奋战，精心装箱打包。昨天晚上，我干到了凌晨。”孙方磊说，中国正进入老龄化社会，催生着一个快速发展市场。他和合伙人严明都曾是网易高管，有多年的互联网工作经验。他们认为，利用移动互联网技术可以提高老年人的生活品质。

数据显示，目前我国城市老年人空巢家庭（包括独居）的比例已达49.7%，在一些大中城市，这一比例高达56.1%。随着城镇化推进，大量农村人口进入大中城市，蜜爸妈网站看中了老年人市场蕴藏的商机，使年轻人在这个网站上很方便地为爸妈买东西。“京味儿年货是我们的原创，公司80%的员工是‘北漂’，现在老人物质上不缺什么，他们更看重与儿女的沟通。这个礼包希望创造一个场景：子女回到家和父母聊聊北京风俗，说几句‘京片子’，加深了与父母的情感。”

“我们购买年货是为了给家人快乐和祝福，这次京味儿礼盒限量版销售一空，七成是个人购买。”朗莱科技公司联合创始人严明说，“创业初期还是蛮顺利的，公司供应链体系建起来了，产品研发也有了感觉。年后，我们将推出经过严格认证的，适用50岁以上人士的产品，为异地居住的家庭提供优质的产品和专业服务。”

“祈福”受热捧

电子门票不受春节期间快递不便的影响，凭手机短信可完成预订和消费。邀请亲朋好友自驾出游，成为春节消费新选择

本报记者 熊 丽

羊年发“洋财”。今年春节前黄金市场上，零点几克的转运珠、几克重的生肖开运羊等小克重、祈福类黄金产品受到消费者热捧，成为别具特色的年货选择。

菜百公司是北京规模最大、品类最全的黄金珠宝专营公司。2月5日中午12点半，记者在北京菜百公司总店一层看到，千足金饰品柜台前仍是里三层外三层的景象，柜台前挤满了顾客，不少刚进门的顾客只好见缝插针地探身张望柜台里摆放的饰品。

陈先生拿着一张购物单正准备交费。当天的千足金价格为每克306元，他购买了一款5.7克的千足金戒指，价值1744元。他说，比起普通年货，买点黄金饰品送给长辈当“年货”，寓意吉祥，还能保值。

记者在菜百公司三层编织区看到，六七位营业员站在柜台内运指如飞，帮助顾客把购买的转运珠、项坠等编织成一件件精美的饰品。因为排队的顾客太多，有的顾客不得不被引导到其他柜台由售货员帮忙编织。“谢谢姑娘，你的手太巧了！”一位顾客将一件价值4000多元的金葫芦编织成了挂饰，他说，这个葫芦的盖子可以拧开，放入速效救心丸等药品，老人用起来美观又方便。

同样位于三层的祈福专区于今年1月20日开始营业，这也是北京地区首家以祈福主题的文化饰品专区。在这里，十二生肖福袋、菩提子、翡翠白玉挂坠等祈福类产品造型别致、琳琅满目。

针对广大线上消费者，菜百电商也准备了丰富的贺岁产品，菜百京东旗舰店还办起了“年货节”，将浓浓的年味儿蔓延到了线上。为了方便投资类消费者，菜百公司在京东旗舰店开设了“菜百金银投资旗舰店”，品种包含菜百多代金条、生肖金条、贺岁金条等。

记者在苏宁电器马家堡店看到，豆浆机、果汁机等各类健康小家电也出现在顾客的年货购物清单上。正在选购产品的万女士告诉记者，她是自榨果蔬汁的忠实“粉丝”，这次准备购买一台榨汁机送给好朋友。

当当网有关负责人介绍，从目前各品类年货销售情况来看，有4个新类别年货受到消费者关注，分别是羊绒类产品、智能手机、非转基因的粮油米面、家用血压计和血糖仪等保健产品。

“送旅行，送快乐，绿色‘年货’正在走俏。”淘宝金牌旅游门店“16JOY”创始人韩亮告诉记者，电子门票不受春节期间快递不便的影响，顾客凭手机短信就可以完成预订和消费，方便又环保。春节期间难得团聚，邀请几个亲朋好友一起自驾出游，成为许多人春节消费的新选择。

“创意”获青睐

各类春联、中国结等传统年货备受青睐。传统年货在环保、循环利用上下足了功夫，吸引很多消费者前来购买

本报记者 孙 璇

羊年的传统年货市场呈现出什么特点？近日，记者走访了北京农展馆年货大集等传统市场，这里物美价廉的年货依旧是不少消费者的选择。

在北京农展馆年货大集上，记者看到，各类春联、中国结、与羊年相关元素的挂饰等传统年货依然备受青睐，一些传统手工艺者现场制作，吸引了不少市民驻足围观。

海淀区居民郭丽勤是专程赶来买窗花的。“这里样式多，可以选到自己喜欢的窗花，同时也能感受过年喜庆的气氛。”她说，“买的数量也不多，要是从网上买还得花几元钱的快递费，来年货大集买最划算了。”

记者了解到，今年春节的对联等在材质上增加了品种，主要以红色绒面材料为主，手感柔软，也更显融融暖意。传统年货也在环保、循环利用上下功夫，农展馆年货大集里一个摊主介绍，“今年大部分春联依靠静电原理贴在窗户或门上，可随时取下清洗，而且不会在窗户或门上留下任何痕迹，比以前那种用胶水粘的办法方便又干净。这类年货今年卖得特别火。”

在农展馆年货大集上的灯笼销售区，各种大小款式的灯笼已高高挂起。一位摊主说，虽然年年都卖灯笼和春联，可是每年都有新花样，因为是羊年春节，所以不少灯笼上都融合了羊的元素。“没想到年货市场上还有‘喜羊羊’的小灯笼，打算买两个给孙子孙女带回去。喜庆的新年配上可爱的卡通人物，今年的灯笼有意思啊。”来北京农展馆年货大集购物的任东来大爷说。

随着市场需求变化，传统年货也发生了变化，衍生出“创意红包”等，吸引很多消费者购买。“这些红包是今年新出的，上面写着各种名头和吉祥语，如‘羊’洋得意、有钱任性等，很抢眼。”淘宝网上一位店家介绍，“创意红包”已经断货几轮，需提前预订。在农展馆年货大集上，这种“创意红包”十分热销。一个卡通图案红包上写着“加油哦！”摊主表示，这种卡通红包很受欢迎。

把脉消费者需求

鼠标点出“新意”

“今年店里的一款坚果年货礼盒参加了淘宝的‘年货节’，一天之内就卖掉2000多盒，老爸、老妈和客服齐上阵，整整打包两天两夜，每天干到夜里三点多，第二天早上8点起来接着打包。”浙江省临安市白牛村的淘宝卖家汪超说起这两周的忙碌，一脸“甜蜜的疲惫”，“对我们来说，年货季比“双11”可要忙多了。”

“人没到家，年货先到”的互联网年货已不是什么新鲜事，在今年，鼠标正在点出年货“新意”，电商平台们“把脉”消费者需求，不肯放过每一个商机。

针对消费者个性化需求，线上平台开始尝试线下商家的“不可能任务”。拿1号店的官方订制年货礼盒来说，包括福临门、五谷道场、麦斯威尔等知名品牌推出了可以直接印名字的礼盒装，只要在下单时选择礼盒种类，在页面输入订单号后按照系统提示输入定制的“姓名”即可生成专属礼盒。中粮我买网则推出了“小买送礼小优势”，年货礼品可以写下祝福语、礼品不显示金额、发票单独寄给购买者……种种体贴人心的服务都为消费者考虑周全。

今年的互联网年货中也出现了不少“新面孔”。在淘宝“年货节”上，80后、90后爱上了传统民俗工艺品，甘肃庆阳香包、山西黎侯虎头鞋热销一时，经营山东杨家埠年画的鸿福工艺店铺负责人刘东来告诉记者，木板年画成本比印刷年画高，在杨家埠当地只剩三四家在辛苦经营，但现在，“通过互联网，这门古老的手艺看来能一直传承下去。”同升和、盛锡福、月盛斋这样的老字号则把目光投向了港台消费者，针对他们推出了大量年货包邮礼盒，希望通过趟平邮费“门槛”来让更多消费者乘兴而来，沾一沾传统年味的喜气。

有关年货的种种“新玩法”，也与电商平台的“大战略”结合起来。京东旗下的拍拍网力推建立在微信上的微店，从2月1日起，拍拍网推出了“我为家乡年货代言”，拍拍微店负责人郭彬表示，通过对3000名网友的问卷调查，拍拍网在10万种商品中挑选出了全国各地2000多种特产，用户通过微信或QQ号码一键登录后，以地区为单位选择自己家乡的特产，生成一个自己为家乡代言的单独页面后，可以直接分享到微信朋友圈、QQ空间和微博等社交平台，好友可以直接在页面上购买家乡特产，并能通过拍拍的微信服务号跟进物流进度。

（安 之）

日前，2015“老北京年货大集”在北京农展馆开集。年货大集聚集了近万个来自全国各地的年货商品，人们在这里可以一站式置齐年货。图为人们在选购年货。 远 舟摄

本版编辑 李 亮 梁剑箫