

春节快到了,你需要来点什么

经济日报·中国经济网记者 牛瑾

春节将至,迎来消费高峰。按照中国人传统,很多人都会通过吃好、穿好、玩好体现对美好生活的追求,随之而来的餐饮、购物、娱乐等领域是春节消费首选。有读者反映,近年来春节消费呈现出两条线,传统上,购置年货、采集食品、丰富文化是消费的主线,同时购买康养旅游等新产品的另一条线也越来越受到人们追捧。面对特殊时段的消费,还需消费者保持消费理性,遵循良好的消费习惯,把握好消费的度,传承好勤俭持家的中华美德。

来,相当喜庆。”家住天津市河西区的王军是个老天津卫,记者见到她的时候,她正在相熟的店铺挑选着吊钱儿、窗花和福字,手里还拿着一张小纸条,写明了购买的数量。“自己家的、女儿家的,我都一起买了。而且,每年还会特意多买几张,压压箱底,讨个好彩头。”

除了吊钱儿,王军的采购清单上还写着糖果和坚果。“过年时,亲戚朋友来串门,用得上。女儿说在网上下单,让我在家等着收货就行了。可我还是喜欢到超市转转,总觉得这样才有置办年货的感觉。”王军说,她也不会多买,反正春节期间超市是开门的,随时可以来补货。

糖果和坚果都属于快消品,尼尔森调研显示,快消行业去年春节期间整体同比增长13%。其中,线上销售增长45%,持续快速上升趋势明显;线下增长放缓至6%,整体呈复苏态势。从中可以看出一些端倪,至于今年的情况,春节过后自见分晓。

跟着年俗办年货,有像王军这样遵循“老例儿”的,也有“发明”了“新年俗”的,比如购买生肖饰品。随着狗年春节的临近,不少黄金品牌纷纷推出带有狗元素的黄金珠宝首饰,价格从几百元到几千元不等,很受市场欢迎;一些个性化的项链、耳饰也都有萌萌的小狗形象来凑趣,价格不贵,在微商中的销量着实不错。周珊珊就是一个主做饰品的微商,她告诉记者,在朋友圈发布萌萌狗耳、骨头项链之后,已经有不少人来询问价格了。“他们有的是买给自己属狗的朋友,有的是准备作为新年礼物送给家里的晚辈,大家也都是想在狗年旺旺,图个吉利。”周珊珊说。

网购礼物先到家

老家在吉林长春,自己一个人在北京打拼的李凌君,早早地就把送给父母和家中亲戚的礼物放进了购物车,提交订单,网上付款,动作麻利得很。如今,当她还在北京的单位忙着春节前必须完成的工作时,快递已经在长春的家中签收了。“每年只能利用假期回去一两次,虽然爸妈总说他们什么都不缺,但礼物肯定是要买的,尤其是过年。网购方便,又不用肩挑手拎地赶春运,我每年都在快递高峰期之前提早筹备。”

李凌君说,她今年给父母买了电动牙刷,给家里的小孩子们买了乐高玩具,



在北京的沃尔玛超市宣武门分店,人们正在选购年货。牛瑾摄

还给长辈们封好了大大的红包。为了保持神秘,让每个人在过年的时候才知道各自的礼物是什么,她还耍了个小花招,把送给父母的礼物寄到了亲戚家,把送给亲戚的礼物寄到了父母家。“这样才够惊喜。”李凌君笑着告诉记者。

其实,还有很多像李凌君一样计划在春节期间返乡的消费者,将网购礼物作为普遍的选择。各大电商平台也应及时应景,推出了各式各样的“年货节”。

记者在淘宝、京东商城、本来生活、苏宁电器等购物网站上看到,“年货大礼包带回家”“新年,一起宝贝爸妈”“好年货 快到家”等广告语被放置在官网首页的醒目位置,“减价”“专享”“折后再用券”等词语也滚动着出现在页面上,“年货节”俨然成了各大电商平台的又一次狂欢。

不仅如此,随着“洋年货”采购比例的增加,一些海外购物平台也加入到“年货节”的比拼中。国内最大的海外购物平台洋码头,近日发布了2018洋年货消费地图。结果显示,近一个月来,全球的美食销量较平时有60%的增长,寓意甜蜜蜜的糖果巧克力最受追捧。洋年货也不再是一线城市消费者的专属特例,二线城市消费能力显著上升,比2016年同期洋年货的购买力增长了27%。而且,在购买洋年货的群体中,有四成消费者选择将年货直接寄往家乡。

当然,对网购过年礼物的消费者来说,好消息不止于此。包括EMS、顺丰、中通、京东物流在内的10家快递企业均表示,今年春节期间不打烊,只按照惯例加收一定的服务费。“网上买东西方便了,大批快递员恐怕没有办法回家过年了,想跟他们说一声辛苦了。”李凌君说。

走出家门逛世界

这几年,一场说走就走的旅行被很多人写进了自己的愿望清单。尤其是每年春节期间,旅游过大年日益火爆,成为人们新的过年方式和重要的消费支出项目,在需求量迅速增长的同时,对品质要

求也在快速提升。这不,北京白领陈冉狗年春节就打算和老公一起去阿联酋迪拜。之前,他们还利用春节假期去过云南丽江、吉林长白山和东欧的一些国家。“趁着年轻,想多出去走走,看看世界。”李凌君笑着说,希望能有不一样的收获。“陈冉说。

与陈冉有同样想法的人不在少数。日前,中国旅游研究院、携程旅游联合发布《2018春节出境旅游趋势预测报告》称,今年春节长假预计出境游人次将达到650万,规模为历年之最。只是,有出境游或国内游打算的人也要准备好钱包,因为春节期间旅游线路价格均会出现不同程度的上涨,部分产品价格与平时相比几乎翻番。即便如此,部分热门产品已经提前售罄,人气酒店也是一房难求。

对此,陈冉显得有些无奈。“如果可以,我也不想凑这个热闹。但平时工作忙,走不开,能利用的假期有限,跟老公的时间碰到一起更难,只好春节出游了。”陈冉说,她提前一个月就开始准备了,浏览不同的出行网站,比较哪个网站的机票更便宜,最终才定下了2月15日除夕当天出发的5天行程。

同时,有调查数据显示,在客流量走势方面,国内长线游和出境游均有超过三成的客流量分布在节前或节后,主要是“拼假族”和错峰出游的人群。在春节旅游产品开始售卖的同时,网上出现了很多“拼假攻略”。同样在北京工作的葛思威,就打算用“拼假”的方式,去美国波士顿和女朋友度过两周的甜蜜假期。“以前过年都是陪着父母串亲戚,或是自己去参加同学聚会,今年想换个地方、换一种过年的方式,就提早动手,预订了2月12日出发的机票。我听说,波士顿是全美第三大华人社区,每年都会举办中国新年游行,还会有传统舞狮之类的活动,所以还是很期待在异国他乡过春节。”葛思威说。

其实,无论去阿联酋迪拜还是美国波士顿,无论游云南大理还是海南三亚,人们都是想在路上寻找“年味儿”,体验别样的新春团圆。

置办年货应杜绝浪费

高凌

每逢过年,添置新衣置办年货是中国人的传统习俗。如今,在很多家庭,置办年货却变了味,不理性地集中消费、冲动消费、过度消费甚至过度浪费,已成为过年的不好风气。这一变化背离了合家欢乐、团圆幸福的应有本意。

据悉,大城市的居民家庭在春节期间的消费是平时的数倍甚至十几倍。平时节俭的人们,在春节气氛的影响下,买了很多吃不完用不了的年货,其中不少因为腐坏而最终被丢掉,成了垃圾。有的人家提前储备年货,整个正月里也够用,但假期期间吃不了。这些提前大量囤货的行为,造成了浪费,也影响了节前的物流和价格市场,是不理智和冲动的表现。

近年来,从中央到地方,都提倡勤俭节约之风。各个家庭在置办年货上也应有成熟的消费观,这也是杜绝铺张浪费,培育勤俭节约社会大风气的重要土壤。建议人们置办年货时按需采购。这样,“年”才更有实际意义。(作者单位:山东滨州市滨城区创业商务中心档案局楼吕剧团)

农民买年货有三个特点

王宗征

随着新春佳节临近,农民采购年货日渐升温。据了解,今年农民采购年货主要呈现三个特点。

一是网购年货成时尚。一般农户还保留着在农村集市和城镇超市采购年货的老习惯,但年轻一代选择网上采购年货较往年明显增多。中老年农民对此感到挺新鲜。受此影响,也不再一味固守年货采购的老习惯,转而支持家里的年轻人网购年货。

二是采购种类多样化。如今农民采购的年货商品,已突破食品、烟酒、服装等节日用品的局限,扩展到采购电子产品、春联、年画、窗花、灯笼、鲜花以及农业科技、生活、文艺方面的书刊等。可见,年货的文化含量提高了。

三是年货置办理性化。年货市场商品丰富,农民不再像过去那般,过量采购和储备年货,花费不再大手大脚,变得精打细算。他们在年货选购方面更注重精准和实用,对鱼、肉、蔬菜等副食类年货定量采购,尽量减少储存,追求食品的新鲜度。(作者单位:天津市宝坻区新闻中心)

春节消费要适度引导

赵登亚

春节将至,人们纷纷置办年货。但是应注意如下几点。一为品位。人们的春节消费,应根据经济收入量力而行。有条件的,可以带着老人、孩子上村淘网站,在网上选购喜欢的年货,比如花生油、牛肉、玩具等;收入一般的,可以采购既体现品位又消费得起的年货。在保证消费品位前提下,不搞迷信、低俗的消费,不铺张浪费等。

二为引导。春节期间,针对消费趋势,基层组织应积极引导,利用报纸、广播、微信、QQ等载体,既宣传适度消费的观念,又提倡时尚购年货的方式。

三为适度。尊老爱幼是中华民族的优良传统,置办年货款待或馈赠亲友,是体现亲人之间互相关心的方式。如需要办消费预付卡,一定是按摩器等健身器材;送给孩子的礼物最好选择开发智力的玩具。一句话,礼轻,情意重。

(作者单位:江苏沐阳县东小店乡人民政府)

农村年货对接“互联网+”

谭三要

湖北秭归县归州镇贾家店村,是当地小有名气的“互联网+脐橙”富裕农村。近年来,村里农户通过网络信息技术,把“秭归脐橙”的销售搬上互联网,向全国各地提供新鲜美味的年货——秭归脐橙,收入明显提高。同时,农户实现了既是年货卖家又是年货买家的“双重身份”,不少村民通过互联网购买泰国香米、智利车厘子等高档食品置办年货。然而,在物流、售后等方面还存在多重隐患,需要更好对接。为此,相关部门需要做好两件事。

一是建设标准化物流。加强农村道路、电商中转站等基础设施建设,推广普及“三段式”标准物流模式,即:电商中心仓—县域配送中心—乡镇配送站—村级站点,实现省内“24小时”、重点城市“48小时”无缝链接物流圈。

二是强化标准化监管。地方政府应打造规范化售后机制,让农村年货真正实现“卖得开心、买得放心、用得舒心”。(作者单位:湖北秭归县政务服务中心管理办)

理性把握春节消费

刘志波

临近春节,作为消费者,应始终保持良好消费习惯,尤其需要理性把握好消费的度。

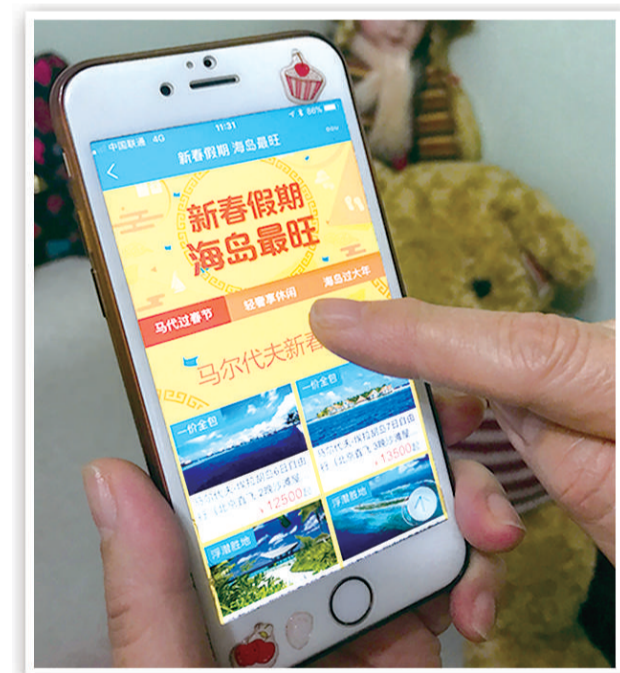
首先,对待商家优惠促销手段要慎重。春节是促销季,商家会向消费者推送优惠券、折扣券等,但一些商家的优惠政策却设置了使用范围和期限等附加条件,这需要广大消费者面对诸多诱惑保持理性,谨防虚假打折。

其次,办理消费预付卡要谨慎。春节期间,商家有充足理由让消费者办理预付卡或续卡,消费者需对此保持谨慎。如若需要办理消费预付卡,一定要审慎了解商家资信情况,对相关服务内容也要当面确认。

第三,出门旅行要留神。利用春节假期出游,也是很多平时工作繁忙没时间外出的上班族首选。如果跟团游,就要尽量选择有合法资质、信誉较好的旅行社。切忌一味追求低价,提防低价旅游高价兜售保健品等现象。要与旅行社签订正规旅游合同,对行程安排、酒店标准、购物次数等有明确约定。(作者单位:云南会泽县待补镇党政办公室)

本版编辑 许跃芝 梁剑箫

《读者》投稿邮箱 jjrbduzhe@163.com
jjrbxsh@163.com



春节出游成为很多人的过年方式,因为消费者正在用手机查询旅游线路。牛瑾摄

小心“套路”,更要读懂变化

王董

不必要服务项目的情况,留神商家捆绑销售的“坑”。

至于“滑雪、游乐场游玩注意安全”的提示,恐怕就是源于冰雪游的升温了。如今,滑雪不再只是北方人的运动,随着雪场的往南推进,让一部分人养成了滑雪的习惯,利用春节假期“旅游+滑雪”也是不错的选择。但是,“应选择正规、安全设施齐全的滑雪场,同时要增强自身安全防护意识,使用专业滑雪装备,佩戴安全防护设备”,出发前记住这些提示准没错。

当然,消费提示也始终保持对热点问题的关切。比如,办理预付卡要谨慎。近年来,美容、美发、健身、家政……各种各样的预付卡走进了人们生活。在带来便利的同时,因预付卡经营者关门跑路引发的投诉事件也给消费者增添了不少烦恼。中国消费者协会此时的警

示,是为了让消费者能自我保护,冷静消费。这并不意味着相关部门要一直当观众。事实上,上海率先对单用途预付卡进行立法,就说明相关部门已经在行动了。比如,小心扫码送礼品等新型诈骗。这些看似简单实惠的“扫码送礼”,往往演变成深不可测的“陷阱”。从假冒的“违法停车罚单”到激发爱心的“扫码创业”,不法分子利用二维码制造的新骗局层出不穷,侵犯了消费者的知情权、选择权及隐私权,更触犯了法律。广大消费者还是要牢记消费提示,提高防范意识,时刻提防个人信息泄露和新型诈骗。

人们常说,这世界变化快,一不小心就会跟不上时代。此话没错,越来越多的新消费让大家的生活方便、多彩,也不可避免地催生了问题、烦恼。在逐渐加快的节奏里,不妨多听听消费提示,小心商家的“套路”,拥抱让人欣喜的变化。

读者观察

每逢春节临近,必有一波消费高峰到来。此时,中国消费者协会和各地消协组织都会根据近两年春节期间受理的投诉情况,发布当年的春节消费提示,为的是让消费者躲过商家的种种“套路”,过个温馨祥和的春节。这是每年的例行动作,但比较2017年和2018年两年的提示,在条项增减变化之间却能看到消费升级的一些端倪。

反映在过年方式上,增加了“出门旅行要留神”“滑雪、游乐场游玩注意安全”的内容,直观说明旅游过年成了很多人的新选择。

要问透过哪个行业最能看清楚当下消费现状,一定是旅游这个传统又现代的行业。随着人们生活水平提高,旅游早已不是什么“奢侈品”,而是变为休闲生活的“必需品”。无论以消费人群划分的亲子游、家庭游、银发游,还是以业态

划分的养生游、邮轮游、房车游,都在满足人们多元化需求的同时,让旅游市场越走越宽广。2018年的消费提示专门指出,通过旅行社春节出游的消费者,要尽量选择有合法资质、规模较大、信誉较好的旅行社,要提防低价旅游高价兜售保健品或全程购物游的“陷阱”,要到旅行社营业场所签订旅游合同,等等。

在旅游消费升级形势下,人们更在意旅游的品质,对住宿、餐饮有了更高要求,倾向于选择自助行或半自助行方式。而当年轻人成为旅游消费的主力群体之后,他们爱自由、够洒脱、重体验,愿意花时间在网站上寻找机票、酒店、景点的最优组合,为自己定制一份完美的旅行“菜单”。正是看到了这样的变化,中国消费者协会今年还特别提醒,选择在线旅游平台预订酒店、机票、车票等,结算时一定要看清是否存在替消费者勾选