

新老热点汇聚 消费热情攀升

本报记者 康琼艳

就近旅行新风尚

本报记者 蔡蓉

就地过年，不是将就过年。牛年春节，就地过年的人们吃住行游购娱，样样都有着落，处处都有新意。原本受疫情影响最大的旅游业人气不减，持续升温，在节日七天里，短途游、民宿游、城市游点亮了人们的假期，在身边旅行同样能带来连连惊喜。

春节前夕，北京、上海、广东、浙江、河南等29省份陆续发出“春节期间非必要不返乡”的倡议。为鼓励就地过年，很多地方都通过发放景区消费券、送出购物金等暖心礼包的方式，推出了与传统春节相关的特色旅游产品，为大家提供了“就地过年怎么玩”的多种选择。

在内蒙古自治区文化和旅游厅发布的140个全区A级以上旅游景区不打烊名录中，既有全国知名的名胜景区，也有热门新鲜的网红打卡地，更多的是城镇附近适合深度游的小众景点。这些景点有的能免首道门票，有的优惠力度超值，着实给就地过年的人们增添了欢度佳节的出行选择。

正月初二，呼和浩特人在这一天的传统习俗是拜长辈回娘家。今年为了响应不聚集不聚餐的号召，很多人把祝福送上了云端。不过这么做并不意味着宅在家中，很多家庭都趁这一天暖阳和煦，以健康安全的方式出游。大青山脚下野生动物园的停车场车辆来来往往，很多人都是携家带口出门游玩。在狂野之旅景区，张超正给孩子讲解草原狼的生活习性，他告诉记者：“往年春节要么到外地旅游，要么亲朋好友聚餐，今年我们响应国家号召，不聚集不外出，正好赶着好天气到郊外走走，给孩子看看真的大灰狼和动画片里的有什么不一样。”

人们从来没有停止过追求过年的精彩，牛年新的玩法将会给旅游业带来更多创新。从消费者的角度看，长途游变短、大团游变小是适时之举，换个方式出去玩。而对旅游企业来说，引导市民就近旅游的举措，对春节期间本地游、周边游不断升温起到了直接推动作用。旅游行业和景区景点应该抓住这样一个打造品牌、转型升级的窗口，深耕本地旅游资源，扩大旅游人群的受众面，推出适合今后两年旅游消费趋势的产品。

春节期间，消费者“酒店度假”成为新风尚。综合多家线上旅游预订平台的数据，酒店成为本地游的主要场景，春节期间高星级酒店量价齐升，有平台预订量甚至同比涨超160%，客单价同比涨33%。最受欢迎的酒店中，除了设施完善的高星级酒店外，电竞酒店、电竞酒店、宠物民宿、包栋型民宿等都备受青睐。在飞猪旅行2021年本地游报告中，往年会空城的一线及新一线城市，如杭州、上海、深圳、北京等地，今年春节期间酒店预订量火爆。

酒店之所以火热起来，根据携程的分析，这反映了“年轻一代”消费力量正在崛起，“90后”与“00后”在旅游市场中扮演起重要角色。在北京从事IT业的刘薇和丈夫今年就暂别蜗居，住进了怀柔区的某五星酒店。“今年不能回父母身边过年，自己做饭又太伤脑筋，干脆住到酒店，温泉泡澡、风味餐饮、青山绿水都能享受到，这种体验让我俩非常放松。这下，我打开了不用离开北京也能旅游的新玩法了。”



2月15日，在重庆市江北区观音桥商圈的苏宁易购商场，消费者在进入苏宁影城观影前在服务台购买食品。 新华社记者 黄伟摄

比增长最快的品类为珠宝首饰、美妆、钟表及其他礼品类。菜百、中国黄金等国内各大知名品牌的黄金、K金和金银投资商品成交额比去年同期增长5倍，铂金饰品增长6倍。从年前一周至初三，男性消费者购买的男士K金项链和黄金吊坠的销量达去年同期的6.2倍，女性消费者则更多地选择黄金转运珠和银项链作为礼物相送。

玩：“悦己消费”玩出一个开心年

值得关注的是，今年春节恰逢情人节，各大商场金银珠宝的销量持续看涨，迎来了新春里的“开门红”。正月初三，记者来到位于北京市西城区的菜市口百货商场。一进门，就被眼前的热闹场景所感染。在一层足金饰品、铂金饰品和黄金婚庆专区，柜台前挤满了前来选购的消费者。导购员告诉记者，一部分消费者是为婚礼提前购置“三金”，有的男方家庭也会带着未来儿媳妇一起挑选，一部分是丈夫为妻子、子女为父母选择在春节这一特殊的时间节点购置礼物。

记者走访发现，春节期间各大消费场所不但客流量创新高，销售额也节节攀升，周大福、周大生、谢瑞麟、六福、千叶等金银首饰品牌均推出了折扣满减、代金券、限时抢购、特例爆品等多种优惠活动，吸引了不少消费者选购下单。记者随机采访了一对正在试戴戒指的情侣，男子告诉记者，由于疫情影响，原计划去年举办的婚礼推迟到了今年秋天，春节期间，两人经过多家对比，选购了一枚钻戒和一对对戒，总花费2万余元。

线下销售情况的火爆同样延伸到了线上。京东大数据显示，今年春节期间，消费占

与去年“宅家”不同，今年在各地有效防控下，就地过年少了无聊，多了乐趣，很多“悦己消费”的品类明显增长。不少年轻的消费者更是把就地过年玩出了新花样：拆盲盒、拼乐高、健身、撸宠物、玩游戏、剧本杀……尽管疫情阴霾还未完全消散，但消费者开心过年的追求并没有受到影响。

大年初一，在位于北京apm的POP MART旗舰店门口，不少盲盒爱好者排着长队等待扫码入店。记者在店里看到，单个盲盒的售价大约在39元到69元，除经典的Sonny Angel形象，店里还陈列着航海王、初音未来、哈利·波特、海绵宝宝等多种跨界联名IP盲盒。22岁的大学生小白在DIMOO童话系列

的陈列柜前精心挑选。她告诉记者，选盒子的时候小心谨慎，开盒子的时候更加刺激，可以收获双份的快乐。在收银台，30多个顾客带着选好的盲盒排队等待结账，有的已经迫不及待打开一探究竟。

同样在银泰in88商场，乐高旗舰店的门口已经拉起围栏进行限流。浓厚的中国风让不少消费者驻足欣赏，几十万块积木拼成的中国龙、石狮子和大花轿格外引人注目，用马赛克积木拼成的对联“一帆风顺年年好”“万事如意步步高”寄托了美好的愿望。刚刚结完账的徐女士指着两大包大大小小的积木告诉记者：“我给自己买了星战系列，给侄子和女儿分别买了机器人和艾莎。”她说，去年宅家期间开始喜欢上拼积木，拼的过程既有挑战又很解压，“已经前后购置了钢琴、游乐场、孙悟空等5个系列，累计花了大概3万元左右。”

据京东大数据统计，今年春节期间，“悦己消费”相关品类比去年同期增长三成以上。其中北京地区游戏手柄成交额比去年同期增长107%，耳机、智能手环增长2倍以上，运动相机同比增长4.7倍；湖北省宠物零食消费增长70%；广东人似乎更爱健身，椭圆机增长86%，单双杠和跳绳则增长1-2倍；天津人也不甘示弱，智能健身仪持续热销。

看看我家的年夜饭

本报记者 余颖



2月17日，外卖配送员在成都一家火锅店交接消费者在线上订单的外卖火锅。 新华社记者 胡旭摄

“看看我家的年夜饭，土猪肚、佛跳墙、小龙虾……这满桌的大餐都是我网购来的！”自从决定今年春节不回家，在北京一家互联网公司工作的赵女士就开启了就地“囤货”模式，“我春节7天的各种美食基本都是网购来的”。

过年不回家，年夜饭吃什么？百度搜索大数据显示，近30天“年夜饭菜谱”相关搜索热度环比上涨180%。同时，广东、山东与河北的年轻人最关注烹饪，虎皮凤爪、红烧

肉与酱牛肉成为当地年轻人的热搜菜品。没有妈妈的手艺，年轻人就自力更生。拼多多数据显示，今年春节期间，成都豆干、湘西外婆菜、武汉热干面、柳州螺蛳粉等家乡美食代表产品销量上涨迅猛，特别是四川、湖南、河南、广西等外出务工大省的地方特色美食产品，部分出现了销量同比翻倍的情况。此外，包饺子神器、迷你电煮锅、小型电烤箱等产品订单量上涨明显，且购买者多为“90后”和“00后”。

随着年轻人接棒“年货采办权”，过年清单里也多了不少新“物种”：半成品年夜饭、擦窗机器人、家用门上单杠、智能马桶盖、养生酒等上榜2021天猫增速最为显著的十大“新”年货。暖被机、面条机、牛排机、洗碗机、洗碗机等产品在天猫上的销量增幅都超过100%甚至1000%，炒菜机成为年夜饭神器。就连过年必备的酒，也跳出了传统的白酒、红酒范畴，天猫国际海外直购数据显示，年货节期间，通过跨境直邮进口的洋酒成

今年春节，伴随着大量人群就地过年，更多的消费者留在了二线城市，加之各种促进消费政策的助力，实体商场在今年春节期间迎来了客流小高峰。这其中既有传统消费习俗的延续，又有新时代人们对品质与格调的追求，种种新老热点汇成了2021牛年春节消费和内需的旺盛景象。

逛：“打卡经济”开启“潮系”新春

为吸引客流，缓解人们春节无法出游的“渴望”，各大商场纷纷创新线下消费体验，打造出年味十足的购物场景。

在北京王府井、西单、三里屯和CBD等知名商圈，各大商场早早换上了红红火火的春节装饰。夺人眼球的生肖“牛”装置、新奇别致的国潮体验、超高人气的IP展览，正式拉开了这个“潮系”新春的序幕。

正月初二，王府井步行街人流如织。在北京apm一层中庭，一座被好运铜钱和中式灯笼装饰的盲盒公寓吸引了不少消费者排队参观。这是POP MART“城市开箱”展览的新春系列。漫步其中，每一处装置都被渲染上耀眼的红色，随处可见的瑞雪、祥云、窗花等中式春节元素，营造出浓浓的喜庆氛围。

前来体验的消费者可以参与丰富多彩的新春活动，或拓印一副喜气盈门的窗花、年画，或留下许愿卡、CP锁。从大年三十到正月初二，王府井成为北京市游客接待人数最多的地区，累计接待游客36万人次。

为迎接春节客流小高峰，一些商场还推出了特色主题活动。据银泰百货负责人介绍，春节期间，银泰百货联合敦煌博物馆打造了文化游园会，通过举办飞天LIVE秀、千古敦煌歌舞表演、文化讲堂等活动，为消费者送上一场文化盛宴。全国多地银泰门店还推出了汉服主题的国风游园会，打造花灯长廊，设置汉服试穿点，为消费者提供沉浸式的汉服体验。

在北京富力广场，以唐朝春节“元正”为灵感打造的盛唐长街的国潮美学盛宴，让消费者在生动有趣的艺术创作中感受着国潮文化魅力。在北京侨福芳草草地购物中心，近300盏祈福灯笼在光线的映照下颇具艺术气息，高台上的紫色佛山狮与黄色鹤山狮相映相携，传递“紫气东来，吉祥如意”的新春愿景。

买：双节叠加引爆金银消费

除了逛展，全国民众“买买买”的过节模式不断升温。为了让就地过年的民众过一个欢乐祥和的春节，全国各地广泛派发不同形式的消费券，加速了节日消费高潮的到来。

“在北京过年，很幸运体验数字人民币试点。”2月10日晚，中国传媒大学老师刘文杰在朋友圈分享了自己中签的截图。这是北京市推出的“数字王府井 冰雪购物节”试点活动，活动面向在京过年人群发放5万个金额为200元的数字人民币红包，可用于王府井商圈的商

就地过年带来新商机

曾诗阳

春节假期是传统的消费旺季，也是实现经济良好开局的关键时段。今年的情况有些特殊，配合新冠肺炎疫情防控措施的落实，不少公众选择就地过年，为此，商家及时推出新产品、新服务，迎合就地过年公众的新消费需求，市场一片红火。商场、超市春节期间照常营业或延长营业时间、农贸市场不休市不歇业、百万商家加入“外卖不打烊”活动、“网上年货节”便利置办年货、多部优质电影上映、本地游等旅游产品充分供应……丰富多彩的消费市场让就地过年过得快乐、过得精彩，过出了浓浓的年味。今年也是商家需要的，以餐饮行业为例，疫情期间一度损失较重，就地过年则给市场带来了一个意料之外的“回血期”。人在哪里，消费就在哪里，加上春节期间公众餐饮消费意愿更加强烈，消费承受力也更强，这为餐饮商家拉抬业绩创造了好机会。不少商家根据就地过年公众消费特点，针对性推出“小份制年夜饭套餐”“年菜半成品”等产品，受到消费者青睐和好评。有经验的旅游企业也适时推出滑雪越野、温泉养生、亲子乐园等“微旅游”产品，以满足公众春节期间本地游、周边游、城市游等短途旅游消费需求，同时推出云旅游产品，让宅在家的消费者足不出户就能云游四方。与去年春节大量的退单、退团冲击相比，今年春节的旅游行业亮点频出，复苏脚步进一步加快。总体来看，各行各业花心思提供的新产品、新服务很好满足了公众春节假期多样化、个性化的消费需求，供需两旺，既增加了就地过年的温度，也提升了消费市场的热度，释放出更多新型消费潜力，培育形成更多新的消费增长点，为今年的扩内需开了个好头。新的市场业态被塑造起来，“春节档”的新产品、新服务或许将变成常态，这就要求有关部门推出更有价值和针对性的服务，并及时完善和创新监管方式，将新业态、新模式带来的风险挑战规范在可控范围之内，切实保障消费者和经营者的合法权益，助力新业态、新模式良性发展，为推动经济高质量发展持续注入动能。

市场瞭望