

这些年货火得有道理

敖 蓉

春节将至,哪些年货卖得最火?

线上线下,寓意吉祥如意的国潮礼盒被摆在货架最显眼的位置,佛跳墙、胡椒猪肚鸡等美食佳肴变身预制菜成为年夜饭的担当,水仙、金橘、蝴蝶兰等寓意祝福喜庆的年宵花“方队”被人们捧回家中。不仅如此,家长们纷纷为孩子准备好了“虎头虎脑”的拜年服,春联、福字等传统饰品上还增添了俏皮的小老虎图案,让人心生欢喜。采买年货的老老少少的一张张笑脸上洋溢着过年的喜庆气氛。

曾经,不再为吃穿发愁的人们发出年

味变淡了的感叹。而虎年春节,主打生肖元素的年货令人耳目一新,备受消费者青睐。其实,浓浓的年味从来不曾远去,只是今天的我们找到了年货新的打开方式——以中国风为魂,借助消费体验、产品品质的不断提升,绘制出一幅属于当代人的春节消费图景。

2021年,国潮滚滚而来,为国内消费市场注入了新的活力。新一年的春节,中国风成为当仁不让的年货主角。近日,消费内容社区什么值得买发布了2022年货趋势报告,在春节用品方面,消费者越来越注重

传统文化的“味道”,各种品牌纷纷推出国潮特色年货,传统与创新相交融,消费品在增加品牌底蕴的同时,也为传统文化注入了更多活力。其中,国货不仅成为春节餐桌消费大赢家,儿童拜年服等年货商品的交易总额也同比增长达150.26%。

为什么是中国风?让文创为消费品赋予更多美好的寓意,不仅是人们表达浪漫与爱的方式,更是消费理念不断更新升级的体现。当前,中国制造业在加工、营销、包装、供给等各个环节都做好了让国货品

牌大展宏图的基础,在年货季这个最理想的消费场,生产企业和供应商应该如何抓住良机,还是需要动脑筋的。

春节元素不是简单的“贴标签”“找噱头”,还需在产品和服务质量方面下足功夫,满足消费者对春节的情感诉求和质量认可的双重期待。在更加注重消费体验、产品品质的新一代消费者面前,只有精益求精,里子面子面面俱到,让人们在新鲜有趣的消费体验中选购到物有所值的商品,才能帮助国产品牌在2022年虎跃龙腾,再上新台阶。

由他负责。

“按家人的想法,年夜饭交给我,最后我还得求助他们。但今年他们肯定要失望了。”徐煜晖说,他已经在电商平台上购买了一个年夜饭礼盒,里面有酱鸭、油焖海虾、海参烧蹄筋、红烧丸子、酱香肘子等12道“硬菜”,只需按说明书加热,撒上一把香葱、摆上几根香菜即可食用。

“除夕前一天,我再买一条新鲜的东星斑做清蒸鱼,轻轻松松一桌菜就出来了。”在徐煜晖的认知中,只有上了“年年有余”这道菜,这一顿年夜饭才算圆满。

“很多中国人对年夜饭的印象就是丰盛,这属于温饱型消费理念。随着经济发展,越来越多的年轻人对年夜饭有了不一样的追求和理解。”京东消费及产业发展研究院高级研究员陆飞告诉记者,他们多年来对年货商品的跟踪数据显示,传统的米面粮油依旧是年货首选,但具体到年夜饭的选择上,半成品和预制菜已占据了一半,仅2022年1月,南昌地区预制菜销量同比就增长了94%左右。

随着年夜饭的掌勺人越来越年轻,接过年夜饭主导权的他们也让年夜饭的形式随之发生了变化,但不变的是“家”的味道。

预制菜品很热销

本报记者 刘 兴

今年,家住南昌红谷滩区的“90后”廖芸琪扛起了为家里采购年夜饭的重任。“传统大菜不能少,还要有‘看起来很厉害’的硬菜,最重要的是绝不能失败。”在她的年夜饭清单中,蒲烧鳗鱼、惠灵顿牛排、炙烤鸡胸肉、奥尔良鸡翅和压轴的大盆菜赫然在目。

“全都是预制菜,只要用微波炉或者明火加热就可以吃了。花样多卖相好,关键是味道也不错。再买几样卤味,炒几样蔬菜,年夜饭就齐了。”廖芸琪说。

“从赣菜到东北菜,从川菜到杭帮菜,预制菜种类一应俱全。跳过了洗菜、切菜、烹饪的环节,简单加热摆盘就能食用。既拯救了厨艺不精的年轻人,也满足了在家吃年夜饭的仪式感。”南昌盒马鲜生万科时

代广场店负责人朱玲向记者表示。

农历新年前,盒马鲜生在南昌的两家门店正式营业。鲜活的帝王蟹、波士顿龙虾等活体海鲜柜台前人流拥挤,车厘子、奇异果、牛油果等水果销售火爆……除了传统的粮、油、米、面,价格在几十元至数百元不等的佛跳墙、大盆菜等预制菜尤其受到消费者追捧。

“预制菜销售火爆,既因为它解放了除夕夜父母忙碌的双手,也体现了两代人对年夜饭的不同诠释。”朱玲说,从目前的销售情况看,红烧肉、鲍鱼烧鸡、金汤鲍鱼花胶鸡、佛跳墙等预制菜深受年轻群体的喜爱。

这几天,经过数轮“谈判”,徐煜晖终于在家庭会议上取得了胜利:今年的年夜饭

冰天雪地办年货

本报记者 马维维

春节将至,在黑龙江省佳木斯市的一些超市和年货大集上,洋溢着浓浓的年味,各式各样的年货琳琅满目,市民纷纷开启“扫货”模式。

冰天雪地中,在一排对联摊位前,各类“老虎”元素的春联、福字、窗花,吸引不少市民询价购买。“我家每年备年货的第一步,都从选购对联开始,网上也有很多样式,可总觉得自己亲自来挑选更有‘仪式感’。”佳木斯市民王雪说,“今天我还要买点炒货回家,瓜子、花生、开心果,这是我家春节炒货的‘老三样’。”

跟着王雪来到一家炒货店,记者发现前来购买炒货的市民络绎不绝。炒货店里,炒货机不停运转,一阵阵香味在空气中飘荡,伴随着不时传来的“噼啪”响声;炒货店外,顾客自觉排起了长队,等待着自己心仪的食品新鲜出炉。

都说东北人爱嗑瓜子,绝非虚言。店主告诉记者,他家的炒货有瓜子、花生、板栗、榛子等品种,不过卖得最好的还是瓜子,有15种口味。顾客李广义对记者说,“我家每年都要买好多炒货,可以说他家的瓜子、花生,是伴随着我长大的年货。马上过年了,今天要多买点,过年来的亲戚朋友都喜欢吃”。

与传统购买方式相比,一些年轻人更青睐网上下单。佳木斯一家烘焙工作室的经营者刘蕾告诉记者,“我们店推出了很多虎年主题的馒头,很受消费者喜欢,最近订单都多得接不过来了”。

在刘蕾的微信朋友圈里,记者看到了各种相关产品的推送,当然,朋友圈中询

问如何购买的消费者很多。“我们的馒头都是用南瓜、牛奶做的,年夜饭摆上这么一个‘大馒头’,特别吸引眼球。现在第一批订单已经赶制出来了,收到货的亲们都特别喜欢。”刘蕾说。

同刘蕾一样,今年,佳木斯的一家私房菜馆也收到了很多网上订单。经营者鲁平告诉记者:“我家的烧鸡、肘子、猪蹄,平时是卖得最好的,总有人问能不能订购,我们为此在网上推出了‘鲁味’年货套餐,很受消费者欢迎。”“平时就特别喜欢吃她家的菜,今年有了这个套餐,我们网上下单、在家收货,省事多了。”顾客徐平说。

除了炒货、熏酱这些节日餐桌上的传统必备品,农户自家晾晒的蘑菇、山野菜、土豆干、豆角干等土特产,以及各种绿色食材,也都成了饭桌上的“香饽饽”。

佳木斯市民韩刚驱车1个多小时,到郊区大来镇取他购买的“笨猪肉”。早在半个多月前,韩刚便托农村的亲戚留意吃杂粮长大的“笨猪”。市民于丹也来购置了不少土特产,她说,“现在越来越追求健康的生活方式,在年货选择方面,也越来越看重这些货物的品质”。

采访中,记者从佳木斯市商务和经贸合作局了解到,今年肉蛋禽以销定产,可以保证市场供应。其中猪肉日上市量约41吨、牛羊肉约34吨、禽类约28吨、禽蛋约25吨;蔬菜主要以外进蔬菜为主,目前商业库存约4330吨,日进销量约510吨。佳木斯市已经实行蔬菜商业动态储备500吨,生活必需品市场货源充足,价格基本保持稳定,市场总体运行平稳。



图① 在甘肃省电商直播大赛上,主播们推介“甘味”农特产品。
本报记者 赵 梅摄
图② 佳木斯郊区义兴老巷年货大集上,市民选购特色主题年货。
本报记者 马维维摄
图③ 佳木斯市商业城中,市民正在选购春联。
本报记者 马维维摄

东乡贡羊、兰州百合、静宁苹果……地处我国西北的甘肃,因独特的地理环境和鲜明的气候,培植出众多独具特色的优质产品。近年来,搭乘东西协作快车,“甘味”农特产品出“甘”入“东”,走上了津、鲁、闽等地消费者的餐桌。

枸杞、党参、民勤羊肉、河西走廊有机葡萄酒、当归等药食同源系列产品……在甘肃名优特产品展示展销中心厦门馆里,一众甘肃特色农特产品受到广大消费者青睐。“甘肃名优特产品质量好,有特色,我们经常购买羊肉、牛奶和祁连山白、冰红,自用也送朋友。”在厦门从事餐饮行业的小王军说。

甘肃武威古浪县绿农公司是2022年“东西部协作消费帮扶·陇原百企年货大惠送”线上促销对接活动现场云签约的企业之一。签约仪式上,甘肃与天津、济南、青岛、福州、厦门、南京等地的28家企业进行了云签约,签约金额近5.6亿元。

“我们和天津蓟州绿色食品集团有限公司签订了1000万元的农产品购销协议,未来会继续扩大农产品销售种类,争取2021年底销售额达到1500万元。”甘肃武威古浪县绿农公司董事韦小琴告诉记者,2019年他们在天津市蓟州区设立了古浪县农产品扶贫专柜,主要销售羊肉、牛肉、枸杞、面粉、小米等农产品,目前累计销售额4458.02万元。

尝到甜头的古浪县绿农公司只是近年来“甘味”农特产品“走南闯北”的一个缩影。“借助东西部协作机制,陇南市和定西市已在青岛市各区县设立了30个特色产品展销馆;临夏州已在济南市各区县设立7个特色产品展销馆;兰州、武威、白银、天水、平凉、庆阳、甘南州7市州在天津设立48个特色产品体验馆,电商体验馆的窗口作用正不断凸显。”甘肃省商务厅电商处副处长于清表示。

据统计,2021年天津采购甘肃省特色农产品

「甘味」农特卖全国

32.64亿元,山东采购甘肃特色农产品20.72亿元,福州、厦门市的电商体验馆全年销售甘肃省农特产品近1亿元。

“随着东西协作消费帮扶工作的持续推进,适销对路的‘甘味’特产以及绿色有机和与健康有关的产品,会在经济相对发达的沿海地区受到更多关注和欢迎。”福建省甘肃商会秘书长宋启基说,甘肃农特产品在厦门已经有一定的市场基础和消费群体,在甘肃相关部门的支持下,生产厂家市场意识、品牌意识、品质意识逐年增强,一些厂商有走出甘肃的强烈愿望,厦门作为本地的销售企业也愿意助力东西协作,共同推广销售甘肃的优质农特产品。

随着消费体验的升级,近年来甘肃还指导各市州与东部电商企业开展深入合作,引进东部电子商务平台和企业,并对已建成的县乡村三级服务体系功能配套进行提升完善。与此同时,积极引导企业入驻天津市重点打造的农行消费帮扶线上平台,为甘肃企业及商家提供更广泛的展示展销空间。

“县乡村网络搭建完成后,我们两个月的销售额达到400多万元。”负责臻品甘肃电商平台靖远端运营的甘肃优睿佳电子商务有限公司总经理拓万鹏介绍,他们的县乡村三级平台2021年11月搭建完成,县域内的由平台负责,乡镇、村社有服务站点,城区半小时送达,乡镇24小时内送达。“现在,我们已经在商城主页面推出了靖远当地的杂粮、苹果等农特产品,方便东部省份客户采购。”拓万鹏说。

多措并举,“甘味”产品卖全国。“据电子商务交易云监测系统监测数据显示,以发货地在甘肃为口径,2021年1月至12月,甘肃省实现电子商务交易额2524.11亿元,同比增长8.33%;网络零售额456.01亿元,同比增长11.23%;农产品网络零售额226.00亿元,同比增长16.50%。”于清说。