

迎新看市场①

年货市场购销两旺

春节临近,年味越来越浓。当前正处于消费旺季,各市场销售情况如何,有什么新变化新趋势,体现了哪些新特征?本报即日起推出“迎新看市场”系列报道。

2024全国网上年货节于1月18日拉开帷幕,持续到2月17日

作为“消费促进年”首场线上重点活动,本届年货节将把各地、各电商平台和商家的线上促销活动“串珠成链”“集链成群”,让更多更具特色的消费活动迎接龙年新春

市集促销花样多

本报记者 谢瑶

湖南

踏进腊月门,年味铺满集。随着春节临近,湖南各年货市场纷纷上新丰富多彩的特色集市等促销活动,龙年年味被直接“拉满”。

智利车厘子、丹东草莓、进口海鲜礼盒、哈尔滨红肠……在长沙红星全球农批中心的年货集市上,来自各地的农副产品“一件都是批发价”,吸引了不少市民前来采购年货。“红星全球年货节1月20日启动,将持续至2月9日,期间,不仅有经济实惠的年货,还有亲子游园会、团圆夜包饺子以及抽红包等大力度优惠活动,将带来精彩纷呈、新颖有趣的消费体验。”红星实业集团有限公司党委书记、董事长罗跃告诉记者,集市专门设置了服务中心,为商户和市民提供热水、暖手宝、推车等,同时设置公平秤,随买随称,让大家买得安心、买得放心。

长沙京东 mall 也早早换上春节“限定皮肤”,线上线下同步发力推出京东超市年货节。通过百亿补贴日、便宜包邮日、超级品牌联盟、超级小年直播夜等活动,让消费者用实惠价格一站式购齐特色年货节礼。京东数据显示,今年年货市场更加注重对传统文化的体现和传承,与中国文化、传统民俗相关的商品销量尤为可观。

春节氛围还蔓延到了花市。在湖南湘江新区爱格花卉市场,年宵花成为不少市民的“年货标配”。“春节是我们一年中最期待的日子,每年这个时候都会来添花添福,

给家里做一些装饰。”市民邹峰捧着刚买的腊梅笑着说。

爱格花卉市场负责人夏白华介绍,每年春节前两周都是年宵花销售旺季,今年还开通了网络销售渠道,把生意从线下做到了线上。“蝴蝶兰、腊梅等红火喜庆、寓意较好的‘口彩花’提前进入热销期,特别是今年主推的‘高山杜鹃’备受追捧,线上线下订单不断。”夏白华告诉记者,1月27日湖南湘江新区举行“莲蓬有余 花样大集”——2024湘江新区乡村游购暖春季暨第7届(莲花)新春花市活动,除了一系列优惠购花政策之外,还开展花样赶年集、群众大舞台、接龙纳福等一系列活动。

年货市集“硬货”满满,电商平台同样“花样”百出。1月19日,湖南省商务厅正式启动网上年货节,并上线“2024湖南网上年货节消费地图”,在“数商兴农”“家居焕新”“国潮焕新”“场景焕新”四大线上消费场景推出湖南14个市州100余家企业优质年货资源及相关购买信息,涵盖农特产品、家电家居、服装家纺、健康滋补、国货潮品等类目。不仅如此,湖南14个市州将充分结合地域特色,举办形式多样的惠民生电商促消费活动,比如,株洲市开展“局长带货任你选”“我为家乡特产代言”等活动;怀化市推出“春暖花开 龙腾怀化”年货节活动;郴州市打造“郴味季·甄选季·实惠季·惊喜季”系列活动。

中央大街上,多家俄罗斯商店内南方游客纷纷挑选年货。来自山西太原的游客刘琪瑞购买了俄罗斯糖果、巧克力、饼干等商品,准备带回老家和家人分享。“马上就要过年了,让人也尝尝鲜。”刘琪瑞

海口

1月20日起

发放 31441张 年货节专场消费券

共计 147.92万元

地方特产引力足

本报记者 吴浩

黑龙江

街道两旁火红灯笼高挂,年货市场货品琳琅满目,顾客络绎不绝……春节临近,年味渐浓,黑龙江省内各大农批市场、商超百货门店积极备货,满足春节市场需求,呈现出购销两旺的消费热潮。

在佳木斯商业城内,商家们忙着备货迎接销售旺季。各式各样的春联、福字、带有龙年元素的装饰品将柜台铺得满满当当。“春节的仪式感必不可少,买点春联和红灯笼装饰家里,这是我家每年春节的必备项目。”前来选购春联的佳木斯市民李杰说。

近期,哈尔滨旅游火爆,位于中央大街的中央商城热闹非凡。中央商城副总经理马兰芳表示,商城在一楼设置年货大集,吸引市民和游客前来购买年货。同时,为了让大家感到舒适便利,商场还提供免费热水、免费存包,开辟休息区等。

“我们为游客精心准备了红肠、东北山珍、大米等地方特色年货。比如,专门研发的微甜香榭肠和新南味红肠,受到南方游客欢迎。我们还设置了年货专区,搭配喜庆的中国红装饰,营造浓浓的节日氛围。”中央商城哈尔滨信超市店长刘舒婧说。

中央大街上,多家俄罗斯商店内南方游客纷纷挑选年货。来自山西太原的游客刘琪瑞购买了俄罗斯糖果、巧克力、饼干等商品,准备带回老家和家人分享。“马上就要过年了,让人也尝尝鲜。”刘琪瑞

告诉记者,他更想与家人分享在哈尔滨的旅游见闻,作为一份送给家人的特别“年货”。他表示,以后一定会带家人一起来哈尔滨旅游。

线上购买年货,也成为消费者的重要选择。“2024年黑龙江网上年货节”日前在大庆市赛车小镇正式启动,活动将持续至2月17日。黑龙江13个地市将自主搭建当地特色分会场,依托本地数字化营销平台,上线地方农产品、旅游产品等,通过购物满减、发放优惠券、满减折扣、限时秒杀、拼团砍价等多种优惠措施为消费者提供品类众多、价格实惠的年货节商品。

黑河市爱辉区举办网上年货节,直播4个小时成交41381单,交易额超过184万元。“我们选的烟子都是现做冷藏的,回去热一下就可以直接食用。这是我们大东北黑土地种出的大豆,冷榨大豆油,炒菜非常香。”直播间内,主播介绍起当地特产头头是道,让南海北的网友感受来自边境小城的诚意与热情。

当前,黑龙江正紧抓节日消费高峰关键期和冬季旅游巨大流量,推动商旅融合消费向纵深发展,不断挖掘消费市场潜力。从1月22日开始,黑龙江集中开展“年货大集”主题展销活动,引爆百姓年货消费热情。“我们汇聚黑龙江特色美食、必带商品以及‘黑土优品’‘九珍十八品’等龙江特色产品,让大家都能买到称心如意的年货,欢欢喜喜过大年。”黑龙江省商务厅市场运行处副处长闫威说。

目前,全国各地正举办丰富多彩的年货节等促消费活动

江西赣州

主城区专门设立了“年货大街”

老字号要主动适应时

代发展潮流,以高质量发展为契机,深耕市场,精煉品牌,坚守匠心品质,创新产品服务,让“不老传奇”焕发新光彩。

刘莉

前不久,商务部公布了新一批中华老字号认定名单,共有388个品牌入围,其中不乏消费者熟悉的“庆丰”“北冰洋”“美加净”“蜂花”等品牌,中华老字号又添新成员。在此之前,商务部等5部门发布的《关于公布中华老字号复核结果的通知》中,有55个品牌因经营不善、业绩不佳,被移出中华老字号名录。

老字号如何在新环境和老品牌之间找到平衡,让经过时间洗礼的金字招牌,得到更多消费者认可,成为摆在企业面前的一道必答题。

老字号的优势在于“老”。它们立足中华优秀传统文化,结合时代需要和人民需求,积累了良好的声誉,凝结着一代人的集体记忆。可以说,中华老字号既有经济价值,也有文化价值;它们既是商业符号,更是时代符号。

《中华老字号示范创建管理办法》规定,中华老字号品牌创立时间应该在50年(含)以上,而实际上许多老字号已有数百年的历史。此次拟认定的品牌平均“年龄”达138岁,其中71.6%拥有各级非遗项目,63.1%拥有可移动文物。历经漫长时间检验,能在市场的大浪淘沙中沉淀下来,本身就已经得到了认可。

老字号的短板,一定程度上也源于“老”。随着消费主力人群的年轻化,新的消费场景催生了新的消费习惯,有的品牌观念老化、机制老化,年轻消费者接受程度不高,加上新品牌的冲击,老品牌要是不作出改变,继续故步自封,迟早会被市场淘汰。

从美加净的学霸主播出圈到北冰洋的怀旧文创,再到吴裕泰的联名产品,许多老品牌在主动求变、积极应变,在传承文化价值的同时持续创造更大的经济效益。

现代商业环境下,要想守住经典,就要用好品牌资源,但这并不意味着“吃老本”,更不能“倚老卖老”,因循守旧。老字号必须主动适应时代发展潮流,顺应市场机制,在产品和服务上做到不断推陈出新。

“中华老字号”5个字,不仅代表时间的洗礼,更代表市场的认可,它是一份荣耀,但不是一劳永逸的功劳簿。老字号应以高质量发展为契机,深耕市场,精煉品牌,立足代代相传的好口碑,做细口口相传的好服务,坚守匠心品质,创新产品服务,让“不老传奇”焕发新光彩。

消费帮扶是特色

本报记者 柳文

浙江

1月20日,2024浙江省绍兴市新昌县直播年货节活动在当地新经济产业园拉开帷幕,活动以线上直播和线下陈列销售方式同步进行,面向市民供应品种丰富的年货商品,满足广大消费者一站式购物需求。“这次年货节给了企业展示的机会和平台,让我们可以把优质农特产品带到线下来展销,将实惠让利给老百姓,让大家红红火火过大年。”新昌县农创客发展联合会会长吴红云说。

当天,浓郁的年味弥漫在年货节主会场,众多本地同城达人通过拍摄短视频,借助抖音、淘宝、视频号等社交平台,开展直播带货活动,带动年货销售。

“忙了一年,春节前买点礼物犒劳自己和家人,让生活多点仪式感。”市民单婷婷的购物车里装满了各类年货:儿童玩具、非遗物件……更多的是丰富的年夜饭食材。

一站式采购,便民又利企。同样位于绍兴的嵊州市,紧扣“迎新促消费”主题,打造7个大型场景,共举办8场系列活动,全力营造热烈浓厚的节日氛围。围绕餐饮、住宿、商超、购车等领域,嵊州发放1000万元消费券,组织百企千店推出满减打折、品牌让利、消费券等优惠活动,为广大家庭提供看得见、摸得着的实惠。

“年货市场消费红火,得益于政府和市场的协同发力。”嵊州市商务局局长谢岗

表示,密集发放的各类消费券,有效激活了消费市场,提振了消费需求。与此同时,广大企业与商户在优化供给上下功夫,民生商品保供提质,满足消费需求;促销活动适时推出,吸引顾客消费;文化、时尚、休闲等业态有机融合,全新体验也吸引了大量客流。

采购年货,农产品消费是大头。位于浙江中部的农业大市兰溪,正举办农产品展示展销会,共设173个展位,其中有119个是农特产品摊位,包括生态甲鱼、有机米、蜂蜜浆、枇杷膏等。“我们主打‘生态牌’,通过精美的设计让农产品蕴含时尚元素,迎合年轻人审美,实现农产品与市场的精准对接。”兰溪市优质农产品服务中心副主任陈健说。

作为共同富裕示范区,浙江年货节的一大特色是消费帮扶。据悉,1月18日至22日,在杭州市余杭区浙江省食品市场,浙江对口帮扶的7个省份和浙江26个山区海岛县的优质农特产品集中亮相,受到市民青睐。新疆阿克苏苹果、西藏牦牛肉、青海枸杞花蜜、浙江常山柚、严州府预制菜礼盒、舟山海鲜等天南海北的丰富年货,为消费者带来一场色香味俱全的盛宴。

浙江省餐饮行业协会会长沈坚表示,年货消费呈现多样化、多层次、多方面特点,在产品和服务上下足功夫,不断挖掘新的增长点,消费者的需求才能更好得到满足,企业也才能赢得市场,赢得未来。

“雪球产品”对股市影响有限

证券日报记者 周尚仔 苏向果

近期,中证500、中证1000等主要指数出现较大波动,引发资本市场对挂钩这两大指数的雪球产品的广泛关注。随着市场波动加大,不少人将指数下跌指向雪球产品的敲入。

雪球产品相当于投资者向券商卖出带触发条件的看跌期权。只要标的资产不发生大幅下跌,持有该收益凭证的时间越长,获得利息收益越多。类似于滚雪球,只要地面不出现非正常的坑洼,雪球就会越滚越大。雪球产品敲入对投资者和市场走势有何影响,是否加剧了当前资本市场波动?

一位券商分析人士表示,由于雪球产品的结构设计,券商为客户新开雪球期权合约后,会持有部分指数的期货多头进行对冲,而在雪球敲入后,则会减持部分期货多头头寸。

据了解,自2019年开始,雪球产品这种非保本型收益凭证受到越来越多投资者关注,各类金融机构纷纷以不同角色参与其中,雪球在市场上的影响力也逐渐增强。

“从挂钩标的看,目前的雪球产品大多挂钩中证500指数和中证1000指数,还有部分挂钩行业指数、A/H个股等。从存续时间看,市场中雪球产品合约存续期以1年期、2年期为主。从计算收益规则看,雪球产品设定指定观察日,只有在观察日敲入敲出条件有效,并且敲出观察日一般为一个月一次,敲入观察日则较为频繁,通常以天计算。”中国银河研究院策略分析师、团队负责人杨超说。

杨超举例,假设投资者购买中证500相关的

雪球产品,约定1年期年化票息收益率为10%,敲入值为80%,敲出值为105%。从产品损益规则看共有以下5种情形:一是若中证500在敲入敲出区间内震荡,投资者获得约定收益10%。二是若中证500在合约存续期出现超额敲出价格的情况,则交易提前结束,投资者获得约定收益10%。三是若中证500在存续期跌破敲入价格,在合约到期日指数与期初比获得正收益,且超额敲出价格,则投资者获得约定收益10%。四是若中证500在存续期跌破敲入价格,在合约到期日指数与期初比获得正收益,但未超额敲出价格,则投资者只能拿回本金,无法获得收益。五是若中证500在存续期跌破敲入价格,在合约到期日指数与期初比获得负收益,则投资者亏损,投资者亏损=投资本金×标的期末价格较期初价格跌幅×杠杆。

不难看出,非保本雪球类场外衍生品不是无风险产品,具备收益上有封顶、最大亏损为全部本金的特点,这要求投资者具有较高的专业水平和较强的风险承受能力,投资者需注意投资风险。在温和上涨或波动的市场环境下有利于非保本雪球类业务的发展,投资者能获得较好收益,赚钱效应使得投资者大量涌入。但随着行情持续下跌,雪球类场外衍生品的高风险性逐渐显现,投资者亏损概率增加。

“本轮敲入的雪球产品集中建仓时间在2023年2月份至2023年4月份,与期初相比主要的敲入条件分别集中在4800点与5200点以下。以2024年1月22日收盘价计算,市场的确进入雪球集中敲入区间。”杨超告诉记者,当前挂钩中证500与中

证1000的雪球产品存量总规模约为2000亿元,相比总市值为75万亿元的A股市场较小,集中敲入事件发生对市场影响有限。不过,从市场交投情绪分析,敲入事件可能引发投资者情绪不稳定,在一定程度上或将诱发卖出行为,对投资者信心产生一定影响。

中证机构间报价系统股份有限公司总经理李亚琳也表示,目前雪球产品整体风险可控。近期,券商发生敲入的雪球产品规模占比约7%,远远小于2022年4月份的敲入规模,且敲入点位及产品到期日比较分散。

从对不同市场的影响来看,东证衍生品研究院金工分析师常海晴表示,雪球敲入对期货的影响比较直接,但是影响程度有限。敲入后期期权做市商需要平掉一部分股指期货多头仓位,导致股指期货基差走低、贴水走阔,但是该部分影响有限。当前,中证500股指期货、中证1000股指期货日成交额在1000亿元以上,雪球敲入带来的平多交易占比有限。雪球敲入对现货市场的影响更为有限,ETF(交易型开放式指数基金)在1月22日大部分溢价收盘、融券余额并未增长,说明期货贴水没有直接从资金层面传导至现货市场。目前雪球敲入主要是在舆论和市场情绪层面影响了A股投资者。

“雪球敲入对A股实质影响不大,雪球产品本质是期权,对应的主要是期货市场,对现货市场的直接影响非常有限。同时,目前雪球产品的存量规模并不大,而且是场外交易,影响场内现货的路径很曲折。”凯利资本总裁张令佳说。