

年货消费新潮涌动

本报记者 覃皓珺 沈欣雨 张博雅

临近春节,线上线下年货市场暖意升温,购销两旺。从传统的衣食年货到新潮的文创、数码与体验服务,从满足刚需储备到追求个性表达与情感共鸣,年货消费不断迭代升级,既彰显着文化自信与消费理念之变,也让中国年味香飘世界。

个性年货受追捧

如今,年货的边界正在快速拓宽。在北京一家文创工坊,“汪氏皮影”第五代传承人党飞华一边雕刻着手中的皮影骏马配饰,一边介绍与品牌联名推出的新年限定礼盒。“将非遗技艺融入现代设计,变成可拼装、可互动的新年礼,让老手艺有了年轻化表达。”当下,这类非遗与新消费、新场景结合的年货,成为不少年轻人的心头好。

在广州“非遗贺新春·寻味中国年”活动现场,广府醒狮、潮汕英歌等非遗项目引人瞩目,很多都转化为可购买、可体验的“新年货”。“伴随广东推出10条非遗民俗旅游线路,越来越多人从‘买年货’升级为‘游年俗’。广州酒家作为本地老字号,将‘饮茶咩’等文创IP与本地年俗和文旅经济相融合,让游客感受到特色鲜明的‘广式年味儿’。”广州酒家集团品牌管理部主管卢启文认为,这一转变的关键,在于对传统文化资源的创造性转化。年货消费不断涌现的新需求,也促使商家与时俱进,推出更多贴合时代的优质好产品。

科技感与智慧化也在重构年货定义与消费场景。在北京某数码卖场,消费者徐赫正在体验新款AI眼镜,实用功能叠加国家以旧换新补贴,成为提升生活品质的“硬核年货”。2025年年底以来,国家大规模设备更新和消费品以旧换新政策落地,对数码、智能家居等品类给予补贴,进一步点燃“科技年货”消费热情,相关品类在年货节期间销量显著增长。科技赋能不仅拓展了年货品类,更以便捷化、智慧化体验,满足了人们对品质生活和未来感的追求。

清华大学文化创意发展研究院副院长张铮说,年货经济是围绕传统春节形成的消费活动与社会影响总和,人口流动、餐饮娱乐、文化旅游等集中消费构成其核心支撑。年货形态已从实体商品延伸到文化服务与沉浸式体验,价值内核也从物质满足深化为情感连接与文化自信。

消费观念更多元

消费市场之变,根源在于消费理念之变。过去,不少人的年货消费以实用主义、人情面子为主导;如今,情感价值、自我取悦成为更重要的驱动力。

在北京泡泡玛特门店,马年主题新品吸引了大批年轻消费者。店内消费者刘力瑜表示,每年购买新年限定盲盒已成为习惯,开箱惊喜与交换乐趣是一种情感寄托和压力释放。记者还发现,因制作误差意外走红的“哭哭马”玩偶,成为社交平台的热门符号,网上同类型产品销量大增,折射出情绪消费的强劲活力。



广州2026“非遗贺新春·寻味中国年”活动现场。(资料图片)



左图 游客在河北省秦皇岛市海港区新澳海底世界观看机器人舞蹈表演。曹建雄摄(中经视觉)

下图 山东省临沂市沂南县某玩具生产企业,工人在制作国潮布艺唐马。王彦冰摄(新华社发)

中国传媒大学教授涂凌波认为,年货经济中各类情绪消费产品的火爆,展现出年轻一代更关注内在感受与个性化体验,消费行为从注重外在展示转为内向探索,乐于为情感、意义和趣味买单,这也与年轻一代的社交和传播行为变化有关。

首都经济贸易大学教授郭媛媛分析,文化自信持续提升,与年轻人的文化认同、年货焕新趋势深度绑定。商家应在坚守文化根脉的前提下,以高品质产品满足多元化消费需求。

她提醒,年货经济要兼顾包容性与层次性,回归好产品、好品质的本质。市场呈现多元共存格局,既要抓住年轻群体引领的创新潮流,也要保障不同年龄、地域、收入群体的基本需求与改善型需求,实现市场梯度发展与动态平衡。

护航出海拓新局

中国年货经济的活力,正加速走向全球。日前公布的京东年货节数据显示,该平台全球销售整体销售同比增长超100%,海外市场对中国传统食品、文创产品、智能科技年货需求旺盛。这背后,是中国制造升级、文化影响力提升与跨境电商基础设施完善的共同支撑。

如何让年货“出海”长红?涂凌波强调,文化元素赋予产品差异化灵魂,但持久竞争力的根基,始终是卓越品质与用户体验。福

近日,成都、青岛、厦门、福州、广州等多个城市相继宣布,取消非毕业年级区域性或跨校际“期末统考”,改由学校自主组织评价,引发热议。

取消统考源于教育部日前印发的《关于进一步加强中小学日常考试管理的通知》。通知规定,严禁面向小学各年级和初高中非毕业年级组织区域性或跨校际的考试,意在解决部分地方和学校日常考试存在的管理松散、次数偏多、命题质量不高、审查不严、教考脱节等问题,减轻学生过重的学业负担,促进学生全面发展。

不少家长支持取消期末统考,认为统考看似检测学习效果,实际上早就变成排名攀比的工具,无形中加重了孩子的身心负担。取消区域性统考本质上是斩断了横向攀比的链条,孩子们可以根据自己的节奏学习,也有时间发展兴趣爱好、锻炼身体。

也有部分家长对取消统考感到担忧,认为没有了全区、全市的统考排名,无法直接了解孩子在一定区域内的学业水平。有的家长则担心,统考取消后孩子缺乏针对性训练,会偏离中高考节奏,影响升学准备。更多家长担心,学校自主命题质量可能参差不齐,在试题难度、考试范围、评分标准上不一致,导致学生在中高考竞争中“开盲盒”。

家长对取消统考的担忧,一定程度上反映出在教育评价体系转型期的深层焦虑——不是反对减负,而是害怕失去唯一熟悉的“坐标系”。这种焦虑背后是长期依赖分数排名形成的认知惯性:孩子在区统考中排第几能上重点中学,挤进哪个排名区间能考上“985”“211”……

减少考试,不是弱化质量要求,而是要通过评价方式改变带动育人方式变革,推动教育生态实现良性循环。压减考试频次后,还需要建立更有效的学情诊断与反馈机制。随着人工智能技术在教育领域深度应用,更加科学、透明、可追踪的诊断体系正在逐步建立。北京、上海、青岛等地已尝试为学生生成包含知识漏洞、思维偏差、审题失误等维度的分析报告,替代简单排名,帮助家长精准了解孩子的学习情况。

相信随着评价体系不断完善,教育将真正回归育人本质。当我们不再用同一把尺子去丈量所有孩子,每个孩子独一无二的光芒都将会被看见。

取消统考 民生谈

李丹



2月8日,在山东省荣成市成山天鹅湖湿地,皑皑白雪与栖息在这里的野生白天鹅相映成趣,为冬日的湿地增添了一份别样风韵。韩波摄(中经视觉)

代表委员履职记

全国政协委员刘瑞领:

深耕物流谋发展

冬日的石家庄国际陆港,龙门吊往来穿梭,集装箱层层叠叠,满载家电等“老三样”和光伏产品等“新三样”的中欧班列驶出站场,奔赴共建“一带一路”国家。

全国政协委员、河北陆港建设集团董事长刘瑞领的一天,常从这般繁忙场景中开启。他说,“守着陆港,眼儿看着行业的事,心里想着履职的贵,都是分内的事”。扎根物流行业多年,刘瑞领委员的提案往往源于日常的观察与调研。

作为大规模常态化开行中欧班列的城市,石家庄曾长期未建立中欧班列集结中心。“没有集结中心,优质货源分散,物流效率难以提升,实在可惜。”带着这一问题,刘瑞领委员踏上了调研之路。他先后赴西安、成都、郑州等城市考察集结中心建设情况,走访京津冀30多家物流、进出口企业,和政府部门、企业代表、专家学者反复探讨,最终在2024年全国两会期间提交了关于支持石家庄申报中欧班列集结中心的提案。

2025年初,好消息传来——石家庄国际陆港获批成为华北区域中

欧班列集结中心。“当时特别激动,提案被相关部门重视,能推动实际问题解决,这正是全国政协委员价值的体现。”刘瑞领委员回忆道。集结中心落地只是起点,真正的成效还要看实际运营。2025年,石家庄国际陆港全年开行中欧班列1282列,同比增长52.8%,累计运输货物逾160万吨,货值超150亿元。面对这份成绩单,刘瑞领委员欣慰之余仍保持清醒:“进步值得肯定,但我们起步较晚,在口岸功能拓展、中欧班列高质量发展上,还有一些问题要解决,这将是我下一步履职的重点。”这两年,紧跟产业发展趋势,刘瑞领委员将履职视野投向低空经济领域。“低空经济是全球竞速的战略性新兴产业,物流行业肯定要跟上这波趋势。”刘瑞领委员再次奔赴各地调研,既看到低空经济的潜力,也发现行业面临的挑战,“基础配套不够完善,技术应用和市场培育还有很长的路要走”。

在刘瑞领委员看来,低空经济的发展不能仅靠“单打独斗”,而是应与高铁、中欧班列衔接起来,构建空铁联运立体交通体系。2025年,提交了关于推动低

空经济发展,构建空铁联运新应用场景的提案。“希望能为行业发展出力,让物流效率再上台阶。”刘瑞领委员说。

作为企业家委员,如何平衡企业经营与履职工作?“两者本质上是相辅相成的。履职可以看作更高层次、更广视野的企业经营,而企业经营则为履职提供了深厚的实践土壤。”在刘瑞领委员看来,履职并无特殊方法,“一

是深入一线和从业者交流,获取最真实的问题与需求;二是跨区域、跨行业对标学习,寻找差距,启发思路”。

2026年全国两会临近,刘瑞领委员愈加忙碌。“我期待石家庄国际陆港成为一个功能强大、深度协同、带动区域产业升级的高能级开放引擎。把物流一线的问题摸准,把行业发展的建议提实,这就是我最想做好的事。”

履职的答案在一线——记者手记

全国政协委员履职,从不是办公室里的纸上谈兵,而是行至一线的实地思考。从走访数十家企业形成中欧班列集结中心提案,到紧跟产业趋势调研低空经济,刘瑞领委员的建言源自物流行业的真实需求,聚焦区域发展的实际问题。

作为扎根市场的委员,刘瑞领委员找准了企业经营与履职尽责的契合点——市场实践成为建言的扎实

底气,履职思考又反哺企业发展。这也是众多委员履职的共性思路:以本职为支点,让专业积累成为建言支撑,让一线经历筑牢献策根基。

从田间地头到工厂车间,从港口码头到科创一线,全国政协委员的脚步遍布神州大地。唯有立足本职领域、坚持求真务实,才能让提案既契合国家战略高度,又具备落地实操的路径,从而充分发挥全国政协委员的作用。

新春走基层

1月22日凌晨5点,北京市丰台区新发地农产品批发市场里灯火通明。满载蔬菜的大型货车不断驶入,工人们麻利地搬下箱筐装卸货物,引擎声与人声交叠。

新发地农产品批发市场蔬菜二区管理员郭世千站在市场主干道旁不断地挥着手,协调着车辆进出,“往前来!注意右边!”他的声音因长时间说话而有些沙哑。作为市场秩序的维护者之一,他的工作时间从晚上9点开始,到次日早上7点结束,工作内容包括指挥交通、防火巡查、调解纠纷等,事无巨细。

与此同时,经过39个小时的行驶,货车司机陈智名将一车20多吨福建产的辣椒运抵市场。这批货物经鲜活农产品运输绿色通道抵京,免除了高速通行费。陈智名将在这里停留两天,直到货物卖完。“年前是最忙的时候。”他说,跑这条货运专线已有3年多时间,早习惯了夜以继日的行程。蔬菜水果运输讲究时效性,每个环节都在与时间赛跑。

西红柿批发商张海清的一天从晚上10点开始。她告诉记者,凌晨2点到5点是最忙的时候,这时来进货的生鲜超市采购员、二级市场商贩和散户最多。“采购主要看品相、个头,颜色得漂亮点。”做批发生意15年的她,最熟悉什么样的产品会受客户青睐。她经营的西红柿来自河北、山东、四川等多个产地,春节

期间,新发地市场日均交易量较平时会增加一倍左右。

市场里还有很多像张海清这样的批发商。西葫芦批发商邢超杰和他的同事们实行两班倒,临近春节,客户需求有所增加,邢超杰忙碌地通过电话和微信接收订单。从晚7点到早7点,过了午夜尤其忙碌,一车十几吨的西葫芦通常能在当天卖完。

站在新发地农产品批发市场,能看到全国各地的车牌,听到天南地北的口音。除了传统的露天市场,市场也在积极推进交易“进楼”“进棚”。保障了北京约80%农产品供应的新发地市场,不仅是从田间地头到百姓餐桌的物理节点枢纽,更从网络空间拉近了与消费者的距离。目前,新发地市场已有300多个电商直播账号,2025年市场电商总销售额达到33亿元。

临近春节,市场的保供稳价机制已开始运行。新发地市场宣传部部长童伟介绍,今年市场组织了超过2000名商户留守,承诺“春节不打烊”,从除夕到农历正月初七持续供应。目前,新发地市场蔬菜日上市量稳定在2.2万吨左右,水果约1.3万吨,并提前储备了大量耐储蔬菜,以保障节日期间货足价稳。



更多报道
请扫二维码