

“宅家”年货新趋势：



文/羊城晚报记者 沈钊

# “90后”成采购主力军 单人份年夜饭火了

牛年春节脚步越来越近，年货购置成为家家户户关心的重点。年年岁岁“春”相似，但面对依然紧迫的防疫形势，今年的年货怎么买、怎么吃，难免有所不同。羊城晚报记者注意到，数据显示，响应“就地过年”的号召，螺蛳粉、自热火锅等一人食食品成为年货节首日增长最快的年货品类，单人份年夜饭在一线城市非常受宠。游戏、麻将机、医美等品类快速增长，也为今年春节定下“宅家”基调。在这个“最小半径春节”里，宅经济和一人食兴起的背后，被疫情催化的餐饮零售化商品已成为2021年最火热的年货品类，借春节“登堂入室”，撑起新生代人群的餐桌。

## 年货大家囤什么？今年去年不一样

牛年年货节首日，购买人数最多的年货种类中出现了“螺蛳粉”等“新”年货。相比去年，大家也更爱在年货节买衣服鞋子了。



1  
『年夜饭预订成新年货』  
一人食餐品销量大增15倍

在全国多地倡导“就地过年”的背景下，消费者关于“年夜饭怎么吃”的话题，早就热了起来。

就地过年，也不能少了仪式感，“年夜饭预订”成了牛年“新年货”。许多城市上班族调整了自己的过年返乡计划，相应的变化可从年夜饭的类型上反映出来。百度搜索大数据显示，相比去年鼠年8-12人居多的年夜饭预订类型，今年的类型人数出现明显下降，以4人份、2人份甚至单人份居多。

从城市等级来看，一线城市“年夜饭预订”关注度远高于其他城市，也侧面印证了今年部分上班族放弃返乡，转而在大城市独自或和朋友、伴侣过年的特点。记者从饿了么了解到，进入腊月后，该APP上“年夜饭”的搜索量就同比去年上涨了4倍。饿了么相关负责人表示，半成品年夜饭、年夜饭小份套餐或将成为今年过年大热门，还有商家拟推出“年夜饭豪华单人套餐”，让就地过年也过出仪式感和满足感。天猫淘宝数据显示，“年货节”开启首日，干果、糖果、糕点仍是是中国家庭首选的“年货三件套”。由于响应“就地过年”的号召，螺蛳粉、自热火锅等一人食食品则成为年货节首日销量增长最快的年货品类，增幅达15倍。此外，游戏、麻将机、医美等品类的快速增长也为今年春节定下“宅家”基调。

线下商超也发力年夜饭，记者注意到，针对今年春节无法回家的人群，大润发从1月初就推出了19道具有地方特色的年菜，均是加热即可享用，包括重庆万州风味麻辣烤鱼、东北吉林延边参鸡汤、浙江绍兴太雕熟醉虾、苏式八宝鸡、广式鲍鱼红烧肉、北京羊蝎子火锅等，汇集了数十个不同地区的经典过年菜式，以满足各地消费者的不同口味。

在

所有支付方式里，最常用移动支付的人占比多少？每人移动支付的日均频次是多少？疫情影响下，公众更经常用移动支付吗？2月1日，中国银联发布《2020移动支付安全大调查报告》(简称《报告》)，这些问题在这份报告里都可以找到答案。

《报告》显示，2020年移动支付呈现三个特点：一是受益人数占比较2019年提升了5个百分点，6成受访的金融消费者使用移动支付的频次及金额较上年均有提升；二是疫情防控加速线上便民支付场景建设；三是移动支付付款账户首选使用网贷资金人数占比上升明显，集中在“低龄、低收入、低线城市”的群体中。



文/羊城晚报记者 黄婷 制图/李焕菲

『95后』男孩爱高频消费  
新冠疫情促支付习惯改变

根据《报告》，便捷性已连续三年成为受访者选择移动支付时首要考虑的原因。值得注意的是，相较2019年，选择因为习惯而使用移动支付这一因素的受访者比例有所提升，超越了优惠、促销活动这一驱动因素，位列第二考虑的因素。

新冠疫情对公众的移动支付习惯产生了哪些影响？《报告》称，为了减少病毒传播的几率，公众减少使用现金交易，而移动支付能有效减少病毒传播风险。特别是针对60岁以上的人群，“无接触、更卫生”是驱动他们使用移动支付的一个重要因素。

此外，二维码支付使用人群占比达85%，较2019年增加了6个百分点，受疫情影响，生物识别支付与近场支付(NFC)比例有所下滑，2020年用户占比均不到10%；在使用第三方信贷产品的用户中，年龄偏高的学生群体占了不小的份额(约17%)，收入较低的人群(5000元以下)占比相对较高(约17%)。

2  
『年货主力军“90后』都在买什么？既有老字号又有新品牌

在“就地过年”的呼吁下，一二线城市的年轻群体受到影响。百度搜索大数据显示，今年关注年货购置的群体年龄出现下降。近30天，“90后”分别占关注“年货节”用户的34%，成为年货节采购的主力军。

以往年货多是父母采办，干果、糖果、糕点霸榜多年。而今年，年货三件套悄然发生改变。盒马数据显示，90后年货TOP榜前三名依次是：车厘子、酒、大海鲜。与父辈不同，年轻人备年货“不求买得早但求到得快”，30分钟到家服务备受“90后”群体追捧。

在青睐年货的类型上，以“90后”为代表的年轻群体的年货清单集中为数码产品、美妆与零食——手机、蓝牙耳机与车厘子的搜索关注度位列前三。同时，年轻人的清单里还出现了不少“新年货”：桌游纸牌、自热食品与胶囊咖啡进入年货清单的前十。这些新品近年来在年轻群体中颇为流行，并在年货购买中受到欢迎。网友纷纷表示：“过年可能又要宅家怎么办？囤点吃喝玩乐吧。”

天猫的数据也显示，“90后”已经成为天猫年货办的主力，并且盛行“混搭风”。年货清单上，既有老字号，又有新品牌，茅台和元气森林近五成均被“90后”买走，新老品牌在年轻人心中势均力敌。

“怀旧”也从“80后”向“90后”群体蔓延。考拉海购数据显示，麦丽素1月环比增长215%，90后用户超50%，女性用户是男性的6倍。不少年轻人称：“一到过年，我就想起小时候。”



3  
『游戏、麻将机、医美……宅家生活为年货概念添新意』



“这可能是近年来我们活动半径最小的春节。”网友的调侃背后，年货新趋势正悄然兴起。在讨论今年如何就地过年的网络话题中，游戏、麻将机、医美等品类的快速增长也为今年春节定下“宅家”基调。天猫淘宝的数据证实了网友们的行动力——麻将机年货节首日成交同比增长一倍多，跻身淘宝销量上升的热门商品前三位；宠物新年衣不但成为天猫“新年货”代表，还成为海购新宠。考拉海购数据显示，年货节前，宠物拜年服销售增长160%无疑，经历了2020年的宅家生活，牛年“年货”的定义已经改变。

对比鼠年年货节首日，糖果、干果、糕点、瓜子等传统年货一统江湖的局势，今年天猫淘宝的“年货”关键词热门榜单前十名中出现了螺蛳粉、羽绒服、休闲裤等品类。天猫淘宝数据显示，与去年相比，今年螺蛳粉的成交额增长1500%，购买螺蛳粉的人数同比增长近900%。除了北上广深等一线城市外，郑州、成都、杭州也是成千上万螺蛳粉春节奔往的主要目的地。

除了方便速食类食品，火锅及周边商品也表现出了强劲的增长趋势。数据显示，今年火锅底料成交额同比增长540%，电磁炉成交额增长240%。值得注意的是，去年购买火锅主要是85前人群，今年，85后购买火锅底料的人数大幅增长，且已超过85前。与大年夜包饺子或吃汤圆的传统年夜饭相比，大年三十吃火锅或将成为年轻人守岁的新趋势。

图片来源：百度、淘宝

安全防范意识待提升

## 两大不安全行为 你有没有？

## 哪些人下单最“勤奋”？

根据《报告》，网络直播购物成为公众认可的新场景。《报告》显示，30%的受访者会经常使用网络直播购物，女性比男性高出7个百分点，且年纪越轻越喜爱这种模式，接近4成的学生受访者表示会经常使用网络直播购物，“00后”女性中有接近一半的群体会经常使用网络直播购物。从城市等级上看，低线城市的居民明显更喜欢使用网络直播购物。

《报告》也提到，商场、餐饮类等大型实体商户的高频移动支付用户占比为52%，较2019年下降了15%。此外，有1/4的受访者表示小摊贩等小型实体商店是最常用的支付场景，相较于去年增长了8%。

《报告》发现，在移动支付使用安全方面，民众自我保护能力不足，安全防范意识尚有提升空间。数据显示，认为自我保护能力非常好的受访者仅占28%。在日常使用手机时，平均每个用户有两个不安全的行为，其中比例最高的两项为在连接公共WiFi的状态下支付和所有支付密码都相同。

《报告》还称，自我保护能力弱的用户在使用移动支付场景的频率上小于其他保护能力相对好的用户；在发生经济损失的调查中，自我保护能力不好的人群的损失金额比平均水平高43%。此外，2020年仅8%的受访者在移动支付中因网络诈骗而经济损失，相较2019年减少了4个百分点。受损人群中，女性遭受经济损失的比例比男性低3%，“00后”受损比例高达19%，在各年龄段中最高。



## 苹果单季营收首破千亿美元 大中华区表现超级强劲

羊城晚报讯 记者林曦，实习生赵媛媛、张蔚华报道：近日，苹果公司公布2021年第一财季财报。尽管受疫情影响，苹果关闭了部分线下零售店，但其财报依然亮眼。数据显示，苹果这一季度营收为1114.4亿美元，同比增长21%；净利润为287.5亿美元，同比增长29%，这也是苹果单季营收首次破千亿美元。

苹果首席执行官蒂姆·库克在财报会议上表示，目前全球使用的苹果设备已逾16.5亿部，iPhone活跃用户量已逾10亿。

去年受疫情影响，iPhone 12系列推迟上市。iPhone 12上市后，iPhone业务的营收表现较好。根据财报，iPhone业务营收为656亿美元，同比增长17%，再创新高。其他业务也有明显增长。

相较于上一财季大中华区市场的惨淡表现，2021第一财

季大中华区市场表现十分强劲，营收为213.1亿美元，同比增长57%，在全球市场同比增长幅度最大。排在大中华区市场之后的是日本市场和亚太其他地区，营收都为82.8亿美元，同比增长分别为33.14%和11.48%。

权威统计机构IDC也在1月28日公布了2020年第四季度全球智能手机市场相关数据。2020年第四季度，前五大厂商的排名出现明显变化。苹果以9010万台的出货量重返榜首，这创造了厂商单季度出货量的最高纪录。但从全年来看，全球前五智能手机厂商为三星、苹果、华为、小米和vivo。

但值得注意的是，尽管在第一财季苹果交出了一份亮眼的报告，但财报发布后，苹果股价当天却下跌超过3%，目前市值约为2.2万亿美元。

## 工行票据营业部广州分部 以票据业务服务实体经济成效显著

文/黄婷

是疫情防控重点企业的服务对接，充分了解客户融资需求，及时为客户提供一体化票据综合服务。

在此基础上，充分运用鹰眼数据，挖掘区域票源信息，精准开拓新户，提高服务效率。全年广州分部区域贴现客户数高达6764户，年内新增贴现客户数占比达42.76%，客户基础不断夯实。此外，积极整合区域票据资源，积极向当地人民银行争取办理再贴现业务不断攀新高峰。

贴现强劲增长，持续领跑市场。2020年上半年，广州分部梳理疫情防控和小微企业名单，对企业资金需求进行排摸，根据小微企业融资“短、快、急”等特点，对信用状态良好的小微企业票据贴现业务做到随到随审批，确保资金快速到账。下半年面对利率上行、市场压力加大的局面，预判利率走势，统筹区域规模资源，加快直贴票据周转。广州分部区域全年累计办理贴现2709.66亿元，同比增长19.26%，其中小微企业贴现占比61%，贴现总量在华南地区国有四大行中继续保持领先；向系统外转卖1866.02亿元，同比增长37%，充分体现了工行票据专营机构强大的业务吞吐能力，有效满足企业客户融资需求。

助企解难纾困，同心共渡难关。广州分部多措并举推动票据业务对实体经济的全方位支持，充分利用内利优惠政策，切实降低企业融资成本。重点对普惠、制造业、民营企业实施优惠利率倾斜，引导基层经营机构主动加大对重点领域尤其

并以供应链票据创新产品“付款票据通”为抓手，加快营销供应链企业，推动全行“一行一链”，构建以供应链企业为核心的营销辐射网络，服务更多优质潜力客户，全年为24家客户办理“付款票据通”33.83亿元，同比增长19.43亿元。

同时，打破贴现市场信息壁垒，大力拓展线上化“票据经纪业务”，发挥机构专业优势，积极向同业贴现机构推荐贴现需求的中小微企业，实现待贴现票据与待投放资金的快速匹配，全年新增“工银e贴”开户数2603户，办理金额496.02亿元，增幅达38%。

强化创新驱动，普及线上贴现。广州分部充分发挥工行票据创新产品“工银e贴”高效智能、灵活便捷的特点，不断提升线上产品占比，解决企业的燃眉之急，全年新增“工银e贴”开户数2603户，办理金额496.02亿元，增幅达38%。

## 诺安改革趋势业绩翻倍

成立于2017年8月29日的诺安改革趋势灵活配置混合，凭借近年来善守能攻的业绩走势，获得投资者的广泛青睐。该基金由具有12年证券从业经验的诺安基金经理组组长杨琨掌舵，主要投资受益于市场经济体制改革、文化体制改革、社会体制改革以及生态文明体制改革的行业和公司。银河证券基金研究中心数据显示，截至2021年1月8日，诺安改革趋势灵活配置混合基金过去一年、过去两年净值增长率分别为60.21%和132.74%，跑赢同类基金平均净值增长率。

(杨广)

## 上投摩根胡迪：

## 关注互联互通下的A股及港股机遇

近日，上投摩根指数及量化投资部总监胡迪参加了由中国证券投资基金业协会发起的2021ETF创新发展专题研修会。会上，胡迪分享了上投摩根《2020中国ETF投资人洞察报告》的调研结果和分析解读，并对市场及未来ETF发展前景做

了展望。

谈到2021年的投资机会，胡迪表示，目前A股市场和港股市场仍是全球价值洼地，随着互联互通机制的加深，港股和A股正在成为更加一体化的市场，投资人对两地互联互通的ETF产品有较高的配置需求。

## 工银瑞信大和日经225ETF正式获批

中日ETF互通开通一年半以来，中日资本市场的双向开放再进一步。近日，深交所首只中日互通ETF——工银瑞信大和日经225ETF正式获批，产品成立后将在深交所上市。这标志着深交所与日本交易所集团此前约定的推

进ETF产品互通正式落地。

据悉，工银瑞信是参与此次ETF互通项目的唯一一家中方基金公司。自中日ETF互通项目启动以来，工银瑞信基金一直积极参与其中，与日本领先的基金管理公司——大和资产管理株式会社建立了良好的合作关系，双方分别选定了流动性好、市场代表性强且具有改革创新意义的中日ETF产品。《报告》指出，工银瑞信将通过跟踪标的指数，开发的产品将为两国投资者提供分享对方资本市场发展成果、分散投资风险的良好机会。据了解，大和资产管理将投资于工银瑞信的募集设立及日后的投资管理奠定了坚实的基础。(杨广)