

# 春节不回家，广州的哥给河南爹妈网购了一大盆“佛跳墙”

## “淘宝式拜年”成新年俗

### 广东人最爱买车厘子

#### 淘宝年货提前“火”起来了



肖师傅通过淘宝网购年货

### 人未归，心意先到

#### 留粤过年外人解锁新年俗

文沈刊

“就地过年，亲情不减”，早前河南村长大喇叭喊话村民响应号召就地过年的视频，已经随着互联网的传播火遍了大江南北。肖师傅就是看到了这个视频，决定响应号召就地过年。目前，肖师傅与妻子在广州工作，而家里的小孩和父母都留在了河南老家。

“独在异乡为异客，每逢佳节倍思亲。”年关将至，返乡与家人团聚、寻亲访友是中华民族的传统美德。但在今年春运前五日，广州南站旅客量同比下降58.9%，白云机场旅客量同比下降70%，“就地过年”成了许多人的选择。

人未回家，年味儿却不能少。在广州创业的河南人鲁先生最近几年每年都会在淘宝上买一只羊寄回老家。今年，鲁先生也是留粤过年大军中的一员。从1月份开始，鲁先生每每想起春节不能回家，心里都不大舒坦，然后就默默打开手机淘宝淘些年货寄回家，广东的、四川的、浙江的……只要看上了，他就随手买上一份，想让亲友们感受到他的思念之情。

“爸、妈，不用担心我们，我们在广州挺好的。”鲁先生表示，“我今年36岁，此前35年的春节我都是在家过的。”鲁先生称，虽然身在异乡多年，但他对家里感情很深，每年过年都会尽可能地给父母

友，前不久，他与从河南来的亲戚把酒言欢，思乡之情也一下子被勾了起来。但是，为了落实防控疫情的要求，他还是决定留粤过年。

“我还打算在村里群里多发红包，让大家热闹热闹，当然，广州本地的特产，我也打算多下几单寄回去。”鲁先生告诉笔者，这种购买年货寄回家的情况，以后肯定每年还要有，“淘宝式拜年”，肯定也会成为未来的过年新年俗。

作为外来人口大省，广东外来务工人员甚至超出本地定居人群，湖南、广西、河南、四川、湖北等地的都有数以百万计的人员在广东工作、生活。今年，像鲁先生、肖师傅这样在广东过年，通过淘宝买年货、心意网购回家的人，还真不少。年关将至，他们大多数响应国家号召就地过年。留粤过年的他们，往往也在淘宝上，为家乡的亲人买上中意的年货寄回家去，聊以表达思乡之情。

人不流动年货走，人不见面感情到。网购年货表达了关心、慰问和祝福，维系了亲友之间的沟通和联系，维系了过年的礼数和规矩，传递了情谊。可以说，“淘宝式拜年”也能够一定程度上弥补不能当面拜年的遗憾，完全可以作为疫情之下的一种次优选择。

尽管受疫情影响，许多人春节不回家，但人们买年货的热情却丝毫不减。来自淘宝的数据显示，今年年货节首日，淘宝上“年货”的搜索量激增240%。不少人已经开始陆续往家里买年货了。

而在淘宝卖了10年川味腊肠的祝师傅则发现，今年来自省外、尤其大城市的订单特别多。“都说过年想的就是回家，”他给大家早早准备好了货，“很多人去年没过好年，我也没别的能做，就给加点量吧。”

特殊时期的牛年春节，人不流通年货走的“淘宝式拜年”催热了年货节。2月2日，淘宝发布牛年春节十大爆款年货，其中过年常备的瓜子、花生、开心果老三件不出意外位列其中。除老三件外，车厘子、自嗨锅、螺蛳粉等网

红新年货纷纷涌现出来，家用麻将机更是成为春节氛围担当拔得头筹。值得一提的是，广东人的购买力还是一如既往的给力，年货节期间，广东购买车里子数量全国第一，广东东莞成了淘宝天猫瓜子订单成交量排名前三的城市。

今年，“90后”已经成为年货置办的主力，数据显示，“90后”年轻人在年货节的下单比重已经超过六成。“90后”过年喜欢买什么？在他们的年货清单上，既有老字号，又有新品牌，茅台和元气森林近五成被“90后”买走，新老品牌在年轻人心中势均力敌。“在城里过年也得有仪式感！”1993年出生的吉林小伙小王，打算在广州过年，他早早下单买了皇上皇的腊肉、五亭桥的蟹粉狮子头和维扬大煮干丝、盐水鹅等，土味成为年轻人购物车里的那一抹乡愁。

值得一提的是，由于就地过年的号召，螺蛳粉、自热火锅等一人食餐品销量暴涨15倍，成为年货节首日增长最快的年货品类。从购买人群来看，“90后”成为购买螺蛳粉最多的人群。除了北上广深等一线城市外，郑州、成都、杭州也是成千上万盒螺蛳粉春节奔往的主要目的地。

“宅经济”中必不可少的是室内娱乐相关商品，淘宝数据显示，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。淘宝的年货榜单中，麻将在各类坚果礼包中鹤立鸡群，首日成交同比增长一倍多，跻身销量上升的热门商品前三名。有网友在评论区写道：过年送爸妈这个正好，这样他们就不用整天闲下来给我安排相亲了。

买些年货也就成了自然而然的事情。应该说，今年流行的“淘宝式拜年”就是多种因素综合影响的结果，它在一定程度上弥补了无法当面拜年的遗憾，在未来，这个“新年俗”或将持续存在。无论回不回家，通过淘宝将心意送达，已经成为春节的新年俗。（沈刊）

### 新年俗

# 淘 宝 式 拜 年

解释：指过年不能回家，通过在淘宝等电商平台网购年货寄回家、快递礼品送祝福的新拜年方式。人未归，心意先到。

### 财经观察

## “淘宝式拜年”是年俗也是新风

自疫情暴发以来，以无接触经济为代表的数字经济模式对于激发消费潜力发挥了重要作用。传统零售业客流量显著下降，居民出行因疫情受限，而无接触经济通过线上平台，将消费者需求和生产者供给联系在一起，无接触外卖、无接触物流配送等等克服了客观的

不利条件，保障了正常的市场交易秩序。可以说，“无接触经济”已经成为数字经济的一个新衍生态，并且规模与影响不断扩大。

而“淘宝式拜年”，是疫情影响下人们过年习俗的一种转变，是“无接触经济”的一种新形式，也是一股文明新风。

今年，全国对疫情防控形成共识，从大城市的白领到乡村的农民，都积极响应和支持“就地过年”的倡导。此外，由于电商基础设施飞速发展，让年货物品流通变得更加便捷。这样一来，即便是原来农村等“下沉市场”的消费者们，都已经形成了网购习惯，年关将至，在淘宝上

买些年货也就成了自然而然的事情。应该说，今年流行的“淘宝式拜年”就是多种因素综合影响的结果，它在一定程度上弥补了无法当面拜年的遗憾，在未来，这个“新年俗”或将持续存在。无论回不回家，通过淘宝将心意送达，已经成为春节的新年俗。（沈刊）



数据眼

# 去年广东楼市销售再创佳绩

## 广东省房协预测后市：市场需求或减少，市场分化进一步加剧

2020年商品房市场呈持续复苏态势，全年销售面积仅低于2017年的历史最高水平，销售额则再创历史新高。广东省房协刚刚发布的2020年度广东房地产市场分析报告显示，去年房地产市场总体超预期复苏，商品房销售量处于历史高位，土地市场相比楼市更活跃，土地成本上升带动投资增长，商品住宅后市供求趋紧张，监管加强行业资金压力加大。

2020年，广东全省商品房销售面积14908.25万㎡，销售额22572.51亿元，同比增长7.7%和14.3%；其中，住宅销售面积12930.66万㎡，销售额19829.63亿元，同比分别增长3.9%和11.1%。商品房销售均价15141元/㎡，同比上涨6.2%；其中商品住宅15335元/㎡，上涨8.6%。

### 广佛、深莞惠都市圈颇为抢眼

据广东省房协分析，2020年1-2月受到新冠疫情影响，广东商品房销售和房地产开发投资等主要指标增速出现断崖式下滑。但自3月份开始，一方面因疫情得到有效控制，行业有序复工复产；另一方面因相对宽松的货币金融环境及房企加快销售回笼资金，促使市场持续恢复，总体上超预期复苏。

其中，广佛都市圈和深莞惠都市圈表现更为抢眼，其他城市

复苏态势普遍良好。但去年下半年央行设置“三道红线”分档设定房企有息负债的增速阈值，并压缩融资类信托业务规模，促使房企去杠杆、降负债；去年年底出台针对银行业金融机构房地产贷款集中度管理制度，优化信贷结构，推动金融、房地产同实体经济均衡发展。金融审慎管理制度的出台成为行业新变局，行业进入从增量到提质的发展阶段。

### 销售额前三：深圳、广州和佛山

报告显示，在粤港澳大湾区发展规划及其配套政策的持续推进下，以广州、深圳两个中心城市为核心，广佛都市圈、深莞惠都市圈的房地产市场表现明显强于其他城市，是房地产企业重点布局的两个核心地区。

2020年佛山、惠州、广州的商品房销售面积居全省前三，分别占全省的14.5%、12.3%和10.3%，远高于其他城市；深圳、东莞、清远、江门、肇庆、中山分别列第4至第9位。

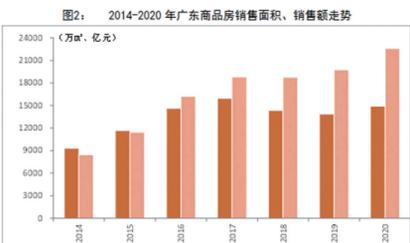
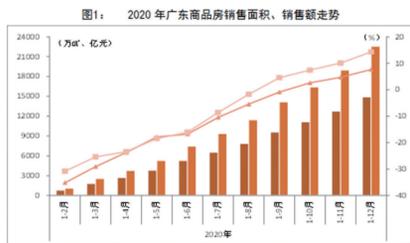
商品房销售额前三位则为深圳、广州和佛山，分别占全省的23.0%、17.1%和12.8%，合计占52.9%；惠州、东莞、珠海、中山、江门分别第4至第8位；粤东西

北3个地区销售额分别占全省的3.8%、5.0%和6.5%，合计15.3%，不及深圳、广州单个城市的水平。

从相对量看，汕头、韶关、河源、潮州4市的商品房销售面积同比有所下降；均价同比下降的则多达9个城市，分别为清远、肇庆、云浮、梅州、汕尾、阳江、茂名、韶关和珠海。

其中，东莞、广州、湛江、佛山、惠州、揭阳、中山、江门、深圳9个城市商品房销售面积、销售均价同比均有不同幅度增长，表现为量升价涨；清远、肇庆、云浮、梅州、阳江、汕尾、茂名、珠海8个城市则呈量升价跌态势，潮州、河源两市量降价涨，韶关、汕头量价与上年同期基本相当。

图表来源：广东省房地产协会



### 居住用地平均楼面地价5669元/㎡

在土地成交方面，据广东房协土地与产业研究中心监测，2020年全省成交经营性建设用地3383宗，成交面积12212.29公顷，同比增长32.5%和25.0%；成交金额8187.23亿元，同比增长46.3%；平均楼面地价2629元/㎡，同比上涨13.6%；整体溢价率为12.6%，同比提高1.2个百分点。

其中，居住用地成交面积4192.77公顷，成交金额6592.09亿元，同比增长31.7%和50.6%；成交楼面地价5669元/㎡，平均溢价率为15.6%。数据显示，去年土地成交量和成交价的同比增幅均明显高于商品房成交指标增幅，土地市场相对商品房市场更活跃。但随着金融审慎管理制度新政对房地产融资端的约束，房企的投资拿地能力受到控制，土地市场热度有所回落，去年12月居住用地溢价率回落至12.8%，为2020年各月次低水平。

众所周知，房地产行业与金融业深度关联。报告认为，2017年以来，在“房住不炒”的导向下，随着国家对房地产金融监管的不断强化，各年房地产新增贷款余额占总贷款余额逐年回落，2020年已回落至接近2014年水平。但截至2020年年末，广东中外资银行业机构房地产贷款余额占总贷款余额比重仍达35.1%，比最高峰的2018年仅低1.7个百分点，比2014年高8.8个百分点，意味着多数银行机构将进一步压缩房地产贷款额度。

### 高杠杆、高负债、高周转将难以为继

展望2021年，不确定、不稳定性因素仍较多，为支持实体经济发展，降低社会融资实际成本，中央将继续完善货币供应调控机制，保持广义货币和社会融资规模增速同名义经济增速基本匹配，但房地产金融审慎管理制度也将持续强化。

省房协分析称，从对商品房销售市场的影响看，银行压缩房地产贷款额度必然削弱市场需求的支付能力，也即减少了市场需求，市场分化或将进一步加剧。

从对行业发展的影响看，在新的房地产金融监管政策之下，房地产企业有息负债规模更是直接受到限制，市场对企业的品牌建设、财务运作、产品质量、销售回款、物业服务等能力均提出了更高要求，企业高杠杆、高负债、高周转的发展模式将难以为继，行业资源将进一步向注重运营、财务稳健的头部房企集中，行业将进入从增量到提质的阶段。

## 智者股道 大消费品种走出结构牛

大盘近几周震荡体现为突破去年下半年箱体整理区后的回抽过程，沪指上周五跌至箱体整理区上边和60日均线止跌，本周以来回稳，60日均线是近半年多以来的上升趋势线，呈现抵抗支撑效应。市场尽管春节前后或爆发力不足，但估计稳定性有所提高。

在近日市场利率快速抬升之际，央行连续释放流动性。在春节前的时间窗口，央行连续进行逆回购，体现了其保持流动性合理充裕的政策意图。

近期食品饮料、免税市场、农村消费、可降解塑料、工程机械等题材品种表现突出，特别是其中机构抱团消费大品种品种维持强势，走出长期结构牛走势，体现我国推动经济转型升级、高质量发展下，巨大内需潜力不断释放。

数据信息显示，今年1月我国消费品行业生产指数和新订单指数均高于制造业总体，受假日效应带动消费品行业回暖影响，今年1月消费品行业PMI为52.3%，高于去年12月1.8个百分点，行业增长加快。更多促消费政策还在密集落地，其中，免税市场、农村消费等成为重要发力点。

上周本栏指出，高端和次高端白酒等大消费品种由于行业景气度继续向上，股价调整也带来机会，而调整充分或到位的机构抱团股仍可值得关注，近日部分大消费品种调整后反复走强。市场认为，白酒等消费股业绩确定性比较高，而新发基金较多，规模大，这些大市值股票要有所配置，而以贵州茅台为代表的标杆股实际上并没有深度下跌，贵州茅台本周三再创新高。

“高成长”是个股长期走牛的动力，在新增资金不断入场背景下，估值相对合理高成长的“抱团”品种年内反复被挖掘或是市场特点，也或仍是年内重要推动主线。（黄智华）

## 美的缘何控股万东医疗？

### 志在加大多元化布局

羊城晚报讯 记者王丹阳报道：继半导体、新能源汽车后，美的集团多元化布局在医疗设备领域又下一城。受利好刺激，万东医疗(600055)昨天复牌后一字涨停，收报112.3元。

2月3日，万东医疗发布公告，公司控股股东江苏鱼跃科技发展有限公司、公司实际控制人吴光明、股东俞熔分别与美的集团签署了《股份转让协议》，约定美的集团受让公司合计约1.57亿股无限售流通股股份，占总股本的29.09%，每股转让价为14.6元。交易完成后，美的集团将成为公司控股股东。

万东医疗是一家医疗影像上市公司。天眼查数据显示，万东医疗成立于1997年，注册资本约为5.41亿元。

公开资料显示，家电巨头美的布局医疗并非一时兴起。早在2017年，美的集团就与广药

集团签署战略合作协议，协议称双方在机器人及医疗器械开发、健康数据应用等领域进行多维度合作。去年8月，美的投资100亿元在顺德新建一所高水平非营利性医院。

同时，家电企业跨界医疗领域，美的并非孤例。西门子、TCL、格力、海尔、海信都有设计医疗器械等医疗领域。

随着家电行业竞争的日益加剧，美的集团不断加大了多元化布局的力度。今年1月，美的已在半导体、新能源汽车领域出手。一周多前美的投资两亿元成立的美墨半导体技术有限公司，引发外界关注。

同在1月，美的集团机电事业部则深入布局新能源汽车领域。尤其在汽车零部件领域，美的布局了以电机、电控和压缩机为核心的汽车零部件产品，产品线涉及电机驱动系统、热管理系统和辅助/自动驾驶系统。