

# 年货流动性大大加强

## 南北风味菜跨区域融合,北京、广东特产销量高

文/羊城晚报记者 沈莉

广西人的餐桌上多了一道“东北锅包肉”、云南人的餐桌上加了一道“新疆大盘鸡”……随着龙年春节临近,年味也越来越浓。近日,京东发布的《年货消费观察》(以下简称《观察》)显示,与往年相比,今年年货消费的一个显著特征是年货的流动性大大加强:南北方的特色菜实现跨区域融合、更多升级型产品涌入县城农村市场……可以说,年货流动的范围、频次、种类均大大超过往年。



商场里各类广式年货 图/羊城晚报资料图

### “锅包肉”在南方多省走俏

年夜饭是春节的重头戏。从今年的年货消费趋势来看,各地特色美食实现跨区域大流动,更加丰富了消费者的餐桌。

随着龙年春节的临近,在京东上“年夜饭”关联搜索同比增长超2倍。在年夜饭菜系搜索量的排名上,川菜、粤菜占据前两位,东北菜、湘菜和淮扬菜则分列三至五位。从预制菜、佐料、汤料等关联产品的综合销售情况来看,锅包肉、北京烤鸭、大盘鸡、臭鳜鱼、梅菜扣肉、酸菜鱼、小炒黄牛肉、狮子头等成为今年年货节成交额提升最为亮眼的菜品。

从不同菜品的地域消费特色来看,“尔滨”不仅带火了冰雪旅游,东北名菜锅包肉的影响力也已辐射到南方,在广西、湖南、贵州等南方地区的成交额同比增幅均超10倍;湖北、重庆、广东等地消费者对北京烤鸭的兴趣也大幅增长,成交额同比增幅超4倍;徽菜代表臭鳜鱼也从安徽走向全国,特别受到新疆、宁夏、甘肃等西北地区消费者的欢迎,成交额同比增幅超8倍;大盘鸡作为西北菜“扛把子”,在广东、北京、四川的成交额排名前三,云南、黑龙江、四川等省份的成交额同比增幅均超5倍;安徽、吉林、陕西等省份消费者则选购了更多的“梅菜扣肉”,成交额同比增幅均超4倍;此外年夜饭硬菜“佛跳墙”,也从闽粤走向了更多的省份,吉林、内蒙古、宁夏等地“佛跳墙”的成交额同比增幅均超2倍。

### 北京、广东和新疆特产销售占比高

全国各地不同风味的特产,在今年年货节也呈现出了融合的特点。《观察》显示,北京、广东、新疆、内蒙古、四川等地的特产获得较高销售占比;而广西特产、甘肃特产则收获了更高的消费增速,成交额同比增幅均达200%以上。

# 春节聚会带旺大电视 乡镇市场青睐“嵌入式”

文/羊城晚报记者 黄婷

春节将至,“年货经济”带旺了家电消费热潮。如今,随着各类家电的普及率不断升高,各大家电品牌在营销上更加突出功能和场景实用性。记者从各大家电销售渠道和品牌方获悉,县镇市场也成为家电品牌布局的重点,嵌入式、智能化产品加速“攻占”下沉市场。

### 打出“智能”牌 75吋及以上电视销售占比超7成

借着节前大促的营销东风,智能化成为拉动家电消费的主要卖点。苏宁易购数据显示,自1月5日年货节开启以来,截至2月4日,苏宁易购全国门店电视智能化占比最高超90%,空调智能化占比超70%,洗衣机、冰箱、抽油烟机等智能化占比已超50%。智能家电销量同比增长超127%,以旧换新订单量同比增长超195%。

各大电商平台在家电促销上也纷纷打出“智能”牌,取得亮眼成绩。据淘天集团介绍,年货节启动至今,天猫智能家电成交额同比增长超40%;京东方面表示,截至1月21日,智能电视成交额同比增长超60%,智能厨房小家电同比增长超50%。

家电品牌也加入到年前的促销中,抢占智能化、高端化的消费热点。广州松下空调有限公司副总经理郑进伟介绍,松下全系产品开始全线AI化,他们启动了年货节活动,截至目前,松下空调在中国市场的销售额较去年同期增长超29%。

“抱台彩电过大年”的消费观念仍在,家人团聚看春晚的娱乐需求,让彩电产品迎来旺销,其中“高刷”“护眼”“大屏”等功能受到消费者青睐。苏宁易购数据显示,1月5日年货节以来,大屏彩电销量同比增长超65%,75吋及以上电视销售占比已超7成。海信推出的年货节活动,也将重点放在激光电视等三大品类组合上。据统计,自1月9日年货节活动启动以来截至2月1日,海信系电视销售额同比提升19%。

“彩电市场已从增量时代迈入存量、增量并重的新时期。苏子易购消费电子业务负责人介绍,新技术、新场景驱动消费者以旧换新需求的增长。数据显示,年货节以来,苏宁易购彩电以旧换新单量增长108%,春节临近,“以小换大、以厚换薄”需求激增,换新订单的涨幅有望进一步扩大。

### 深度下沉 洗地机、洗碗机、烘干机销售提升明显

“洗牌”,各类新兴和下沉渠道也成为家电品牌深耕重点。“随着家居一体化潮流的到来,加上各大厂家的发力推进,无论是从全年,还是临近春节时期,嵌入式冰箱产品的销售是非常抢眼的。”海信家电相关负责人告诉记者,线上除了传统的电商渠道外,类似抖音、小红书等平台也异军突起,海信和容声加快了在这些新兴平台上的布局;线下市场则出现了深度下沉的趋势,二三线城市成为新亮点,同时厂家和代理商、经销商携手开拓新市场,不少专卖店开始出现。

追觅销售部门负责人告诉记者:“我们在线上及线下渠道都形成有效发力,在线下,追觅覆盖全国超过180个城市,终端门店数量超过800家,形成了从一线城市到下沉市场完善的布局。”

经过多年发展,冰箱、洗衣机、彩电等家电产品的普及及在下沉市场已趋近饱和。面对下沉市场的更新换代需求,以及智能化、高端化产品的普及及需求,家电行业在春节前不断出击,以各种促销活动、下沉渠道触达消费者。

据统计,自年货节启动以来,苏宁易购针对县镇市场打造的平台零售云销售同比增长超100%,一站式以旧换新订单量同比提升200%,其中,卡萨帝多门冰箱增长112%,美的洗地机增长超500%,咖啡机增长185%。

零售云数据还显示,随着年末新婚、家庭装修的人群增多,下沉门店的洗地机、洗碗机、烘干机销售提升明显,成为“县镇新婚三大件”,美的洗地机、西门子洗碗机、松下烘干机销售同比增长超500%、240%、100%。同时,套系化、嵌入式的厨房产品在乡村的接受度快速提升,方太与老板电器的厨电套系均增长超300%,方太嵌入式烤箱增长超226%,西门子嵌入式电蒸烤增长393%。

从春节前家电的消费趋势看,家电购买渠道仍在加速

彩电产品迎来旺销

# 那广年货好吃好看又好彩

老广们钟爱海鲜,新鲜肥美的鱼虾蟹和贝类是广东人年夜饭餐桌上必不可少的佳肴,春节前一周,广州水产档口生意红火。作为华南地区最大的鲜活水产品批发市场,位于荔湾区的南沙水产交易市场担负着为广州及周边地区餐厅酒楼和海鲜摊档供货的任务,此时进入了一年中最繁忙的阶段。在这里,鲜活的龙虾、帝王蟹、活鱼、生蚝等畅销水产琳琅满目、应有尽有,运输海鲜的车辆往来不断。

据在此经营多年的程老板介绍,市场平时的日交易量超600吨,进入春节倒计时,每家档口的日出货量和预订量都有显著增长,整个

市场的总交易量预计会节节攀升。

节前,广州市水产品供货量(按吨重计算)如何?数字货运平台运满满发布的数据显示,1月广州鲜活水产品收货量近7000吨。春节前海鲜供应充足,老广们尝鲜的味蕾在过年期间将得到充分满足。

运满满平台上,广州排名前五的水产供货地依次为湛江、漳州、威海、上海、丹东、南宁。其中,湛江生蚝广负盛名,春节正值生蚝肥美的时节,用生蚝晒干制成的蚝豉也是老广们喜爱的鲜美美味,搭配发菜制作的菜肴谐音“发财好事”,讲究一个好吃又好彩。

以鲍参翅肚等海味干货而闻名的德路也已挤满了前来采购的商家和市民,无论是干贝、鱿鱼、瑶柱干、虾干这些煲汤的基础海味还是鲍参翅肚等名贵的滋补品都销售火爆。

白切鸡、豉油鸡、乳

### A 广州海鲜档人气爆棚 坚果、禽类进货量激增

鸽等禽类也是老广们年夜饭餐桌上的必备菜品,年前广州禽类进货量环比增长约30%,来自南宁、茂名、贵港、清远、玉林的家禽源源不断运入广州。

爱吃会吃的老广们亦备足了坚果作为过年期间迎来送往的休闲食品。运满满平台数据显示,1月广州坚果收货量激增59.09%,达3700多吨,环比增幅位居年货节销量增长榜第一位,坚果类食品主要来自佛山、杭州、江门、天津、武汉等地。据悉,东旺国际批发市场坚果类年货日均交易量千余公斤,进入节前销售高峰期。



文/图 羊城晚报记者 孙琦曼



市民购买年货热情高

随着龙年新春临近,广州的街市格外热闹,“老广”们已经开启买买买的年货大采购模式,为迎接龙年的到来而忙碌,街头巷尾充满浓浓的烟火气。

年前,广州年货保供情况如何?以爱吃会吃闻名的老广们钟爱哪些年货?近日,羊城晚报记者走访了解到,春节临近,海鲜、禽类、坚果等春节必备年货在广州销售火爆,“花城”人民对年宵花的购买热情高涨。

### B 行花街买鲜花 广式年味春意盎然

“唔行花街,唔算过年。”行花街自明清初兴起,几百年来早已成为老广们独特的春节习俗,市民挑选明艳盛开的鲜花把家里布置得春意盎然,同时以各种鲜花的美好寓意讨个好彩头,将过年的仪式感拉满。

今年春节,广州的花市将格外热闹,继哈尔滨冰雪爆火之后,近日“广东发布”联合各地市发布推出“请到广东过大年”系列专题活动,邀请全国人民到祖国南端体验吃喝玩乐的春节行运一条龙。

到广州旅行,一定要去人头攒动的花市打卡,感受广式年味。为迎接全国各地的游客,广州各区的花市已铆足劲

的“银楼”谐音,寓意财源兴旺,此外,兰花、水仙、黄金果、百合、蜡梅等花卉也因各自美好的寓意和颜值备受欢迎。

### 交通指引

·终点定位:广州市岭南花卉基地B区

- 地铁:五号线滘口站
  1. A2出口步行1.5km;
  2. B2出口步行至广佛路口(滘口客运站)换乘公交广969路至五眼桥总站(涌尾站)(即:广州市岭南花卉基地B区)。
- 公交:
  1. 搭乘公交至桥东小区站换乘990路至五眼桥总站(涌尾站)或直接步行1.2km左右至广州市岭南花卉基地B区,约20-25分钟;
  2. 搭乘公交至芳村大道西站,可转乘接驳车或步行前往广州市岭南花卉基地B区,距离1.4km左右,约20-25分钟。
- 自驾:
 

今年,石围塘街道与岭南花卉市场、派出所也一同跟进创意园、临时建筑空地、小区等协调,迎春花市期间,周边将开放一定量的临时停车位,缓解停车难问题。

“争奇斗艳”。越秀区、荔湾区、天河区、海珠区、番禺区、黄埔区、白云区、南沙区、增城区的花市先后于2月5日至2月10日期间开放。

随着春节花市开启在即,运满满平台数据显示,1月进入广州的鲜花达45000余吨,环比增长6.21%,来自江门、佛山、清远、肇庆、中山等地的鲜花涌入,为“花城”增添春意。

等不及花市开放的游客,则可以到广州最大的鲜花市场——位于荔湾区的岭南花卉市场体验一把春节氛围。

年宵花中,金桔和年桔因谐音“吉”,寓意大吉大利深受广州人民的喜爱,是家家户户的必入款。银柳与粤语中

站旁,就是中国最大花卉市场之一——岭南花卉市场。市场占地面积13万平方米,鲜花档口千余家,场内分为A区和B区,A区主要是绿植、盆栽、观赏鱼,B区主要是鲜切花。市场销售的花卉主要以广东本地种植的花卉、云南产区花卉、福建产区花卉及各类进口花卉为主。年宵花卉主要分为鲜切花和盆栽花卉两大类:鲜切花热销的品种有玫瑰、百合、剑兰、康乃馨、兰花等;盆栽花卉有兰花、冬青、富贵竹、牡丹菊等。市场全年无休,2月1日以来,场内累计花卉销售额约3000万元,日均

### “鲜花列车”——从岭南花卉市场出发,开往春天

客流量达到1.66万人次,日均车流量达7800余车次。

市场里各色鲜花品种繁多,丰俭由人。5元一把的满天星、8元20支的康乃馨、10元一扎的各色月季、20元一大束的洋桔梗……当然更少不了应季的年桔、蝴蝶兰、桃花、蜡梅、银柳、冬青,定价低至5元一盆;也有今年年宵花市场的新宠——罕见的马卡龙蝴蝶兰,单枝零售价过百元。

在各色“平靓正”属性拉满的鲜切花中穿梭,连空气里都是花香的甜味,让人想一头猛扎进去。



天河智慧城广百广场

# 春节逛街又有新去处! 广州天河这个新商场揭牌

文/羊城晚报记者 许悦 图/受访者提供

春节逛街又有新去处!近日,地处广州市天河智慧城核心地带的广百广场揭牌,该广场是一个集零售、娱乐、运动、餐饮和生活体验于一体的综合购物中心。作为岭南集团旗下的大商贸企业,广百股份本次战略动作,被视为进一步从百货业态向购物中心大型商业综合体方向转型、持续巩固本土商业版图的重要举措。

为进一步拓宽在天河区的战略布局和市场份额,广百股份购置

新升级。如深圳“排队王”“嗜火”嗜嗜煲开业以来,一位难求;项目西广场打造的都市休闲风“Chill Park 生活浮岛”场景,吸引了连锁咖啡品牌 Manner、新中式茶饮网红茉莉奶白、冰激凌连锁品牌 DO 冰雪皇后等相继落户;另一方面,项目的主力店形象全面焕新,商业品牌展现新活力。包括一年四季健身房升级改造、漫奈斯(潮玩馆)形象焕新等。据介绍,项目目前招调计划平稳推进,场内品牌焕

新率将逐步走高。

对于此次落户天河区,广百相关负责人表示:在广州市全新的城市发展格局下,天河区仍然是一个既成熟又充满潜力的优质市场。广百紧紧把握智慧城和创新型城市的发展契机,充分发挥岭南集团旗下大商贸及产业链品牌资源优势,以核心竞争力打造蕴含新商机的商业综合体,培育和引领市场新商业模式,带动地区的经济活力。