

文/羊城晚报记者 沈钊 许悦 孙绮曼  
实习生 何雨晗  
图/受访者提供

新春消费趣盘点

线上:

“龙元素”产品走俏电商平台

龙年将至,各式各样的“龙元素”产品正在电商平台走俏。记者近日从京东获悉,对比去年同期的“兔元素”产品来看,有超800个细分品类的“龙元素”产品成交额同比增幅超10倍。进入1月以来,京东上“龙”的搜索量超2300万次,广东、北京、江苏、上海、山东成为消费金额排名前五的省市。无独有偶,故宫博物院、大英博物馆、甘肃省博物馆等30余家博物馆在天猫年货节首发超千款龙年限定文创,蹭一波龙年热度。

京东“小龙人”服饰成交同比增长近200%

作为中国传统文化中源远流长、延续时间最长的文化符号之一,龙文化已从重要的精神象征走入民俗生活。同样是彰显传统文化的汉服,也因“龙元素”的加入更加受到消费者青睐。京东数据显示,带有“龙元素”的女士汉服成交额同比增长近2倍,发簪的成交额增速更是近6倍。也有不少消费者为娃购置了“龙元素”儿童家居服,“小龙人”服饰成交额同比增长近200%,而带有“龙元素”的儿童演出服的成交额更是同比增长超5倍。

此外,不管是家居还是出行装备,消费者都增添了不少的“龙元素”。京东数据显示,在汽车装饰中,“龙元素”的头枕腰靠和车载香水的成交额同比增长均超10倍,车用收纳袋、车载纸巾盒等产品增速也分别达216%、107%。家居用品上,香薰套装、现代装饰画、生肖挂饰、龙年春联红包包装等成交额增速均达10倍以上。

天猫平台博物馆“萌龙”文创首发超千款

今年,故宫博物院、大英博物馆、甘肃省博物馆等30余家博物馆在天猫年货节上首发超千款龙年限定文创。在这些文创产品中,龙一改往日威猛和强壮的形象,变身抱抱龙、小神龙、应龙、幸福龙等憨态可掬的“萌龙”可爱形象,集体“卖萌”。

看热闹不嫌事大的网友给博物馆的龙年文创新品按“萌度”排起了名。排名首位的就是甘肃省博物馆1月19日限量发售的抱抱龙和幸福龙毛绒玩偶。神似《芝麻街》艾摩的大眼睛,时不时透露出一股清澈的愚蠢,略显潦草的外表也引来诸多网友热议:“爆炸头竟然是流行发色”“媚拉红”,时尚龙实锤”、“抱抱龙和幸福龙看起来都不太聪明的亚子”。

紧随其后的萌龙是故宫博物院推出的小神龙系

饰品上的“龙元素”主要体现在黄金首饰上,数据显示,宝宝金锁、黄金手鐲的成交额同比增长超10倍,黄金套链、宝宝金手链、宝宝转运珠的成交额同比增长分别达198%、174%、161%。另外,除黄金饰品外,带有“龙元素”的银耳饰、和田玉耳饰、K金戒指、和田玉项链等的成交额同比增幅也分别达759%、674%、496%、176%。

值得一提的是,从全国购买“龙元素”产品的消费趋势来看,广东、北京、江苏、上海、山东成为消费金额排名前五的省市。从不同省市的全国偏好来看,偏好选购“龙元素”食品饮料产品的消费者来自江西、黑龙江、广西;偏好选购“龙元素”服饰内衣产品的消费者来自云南、安徽、内蒙古;偏好选购“龙元素”家居用品产品的消费者来自贵州、海南、北京;偏好选购“龙元素”美妆护肤产品的消费者来自广东、湖北、陕西。

列,以小神龙为主题的手办、夜灯、毛绒玩偶的设计都十分吸睛。其中,最受年轻人青睐的是一只由小神龙和印章底座组成的龙年玉玺抱枕。章面“按朕说的办”可谓是年轻人的互联网“嘴替”,面对过年走亲访友的“问候”和“纷争”,在发疯和隐忍之间选择默默盖章,实属新春拜年社交沟通之佳品。

因去年春节档电影《满江红》“拔剑梗”而蹿红网络的苏州博物馆,继吴越胖宝剑之后,今年又推出了龙萌萌毛绒包挂。这款以馆藏金龙为设计原型的文物周边,虽然被不少网友调侃道:“像极了一只黄鳝”,但不难看出仍沿袭了苏博一贯的设计风格——可可爱爱、萌萌龙龙。内置的扭扭条还可以凹出任意造型,可玩性极强。

红火喜庆的年宵花已开始热销  
小众花受热捧,银柳福桶成“新宠”

文/羊城晚报记者 沈钊 实习生 何雨晗 图/受访者提供

春节临近,红火喜庆的年宵花已经开始热销。记者了解到,目前,年宵花“专列”已经从云南昆明陆续发往全国各地。在不同平台上,年宵花已经成为消费者购买年货的“标配”。基地直采、年宵花DIY、鲜花券礼品券……各大平台正铆足了劲儿吸引消费者购买。

鲜花成年货标配,银柳福桶DIY火了

新年春意,花市先火,不少市民已经开始选购年宵花,为即将到来的龙年春节增添喜庆气氛。在广州南沙的某盒马鲜生门店内,各种各样的鲜花被摆放在店门口的显眼位置。不少顾客进店购物时在鲜花区驻足停留,挑选自己喜欢的年宵花产品。该门店店员对记者表示,今年的年宵花销量不错,尤其是五支装的腊梅,购买的人很多。腊梅有着吉祥的寓意,代表了坚韧不拔的优秀品质,同时因为其价格实惠且便于携带,尤其受到广大消费者的喜爱。“像腊梅、水仙等这几款是外地运输而来的,龙竹、富贵竹、蝴蝶兰、年桔等这几款就是本地种植的”。

记者了解到,今年盒马上线了八十多款年宵花,丰富市民的选择。该平台还新增了鲜花产地直发服务,回老家过年,鲜花也可以像年货一样通过手机下单一键送到家。数据显示,刚进入1月,一些红火喜庆、寓意较好的“口彩花”:如蝴蝶兰、银柳、冬青、腊梅等已经开始热销,销量

周环比增长超七成。因红红火火、价格亲民,银柳成为年宵花必买款。盒马今年将银柳设计成双层“福桶”,消费者既可以购买成品,不用过多打理,也可以自行点缀DIY。“福桶以红色银柳、红果为主材料,桶身‘神龙盘踞’,再挂上福袋、红灯笼,寓意满满,年味十足。很多来买菜的顾客会随手挑一款带回家。”盒马鲜花采购负责人坦言透露,银柳福桶刚上架半个月,已成为鲜花品类的新款销量增长TOP1。据悉,自1月6日开始,盒马在云南昆明的年宵花“专列”正式启动,郁金香、蝴蝶兰、百合、腊梅等几十种年宵花,每天会从这里发往全国各地。

“用户越来越会买花了,对鲜花的品种、规格都有了更高的追求。”履言发现,除了基础款的玫瑰、百合、向日葵等鲜花,用户越来越追逐新品了。今年的年宵花品类尤其丰富,除了加入洋兰、南天竹、水仙切花等新品种,还新增了重瓣向日葵、龙竹、金边龙柳等一些小众款。

社区团购平台也发力年宵花销售

“上新”年宵花的当然不只是盒马,社区团购平台最近也正发力年宵花的销售。美团优选花卉相关负责人表示,每年新年及春节前,冬青、春节福桶、五代果、雪柳、黄金万两这些“网红品”都非常畅销,常规的年宵花红掌、鸿运当头、百合等也深受消费者喜爱。这其中也呈现出比较有趣的区域特色:比如广东和福建的用户喜欢大花惠兰、冬青、春节福桶、雪柳、朱顶红和金桔之类的花卉单品,不仅养眼还

往往象征着福气、财运。此外,美团小象超市也在近日上线了澳洲腊梅、干枝雪柳、蝴蝶兰、富贵竹、风铃花、混搭小花束等百款年花商品,让年味充满仪式感。由于鲜花保鲜期短,且易于损耗,一旦配送不及时就会让鲜花质量大打折扣,为此,美团小象超市通过产地直采,全程冷链运输,最大限度保证花材的新鲜和更长的花期,“像买菜一样买花”已经成为年花消费的新选择。



红火喜庆的年宵花正在热销

广州网友自发推荐寻“龙”打卡点

最近在小书、微博等社交平台,很多广州本地网友纷纷化身“自来水”,推荐广州寻“龙”打卡点。其中,天环广场两条双龙戏珠的巨龙出镜率最高,被夸审美在线、怎么拍都好看。

这个“鱼跃龙腾有钱花”新春特展,巧用天环户外跨层空间,打造了两条整体跨度长达80米、最高处约8米、共镶嵌1018片龙鳞的巨型中国龙。细看龙鳞,每一片都雕雕着“碧绿色纹”或“牡丹花纹”的如意图腾,双龙从L1花园向下沉广场顺势蜿蜒,其盘旋游弋的造型与天环的双鲤鱼造型建筑相映成趣,从空中俯瞰呈现出震撼的视觉效果。

1月27日至31日,天环将举办“有钱花”新春花市,超40家特色摊位提前营造新年逛花街的热闹氛围。

多家新店也抢在农历年前亮相天环,除了最先亮相的ARMANI新年快闪全国首展,还有法国轻奢潮牌AMI PARIS华南首店、法式时尚品牌RUE MADAME中国内地首店、Mardi Mercredi广州

首店、高端奢愈护肤品牌EVE LOM华南首店、瑞士高级腕表品牌Bell & Ross广州首店、瑞士国宝级手工巧克力Laderach广州首店等都将陆续进驻,点亮潮奢美学生活灵感。

购物中心也化身新年艺术装置“比美”现场。记者了解到,广州天河城、天德广场、广粤天地、番禺四海城、正佳广场等购物中心,目前已经换上“龙”年元素的新春艺术装置,太古汇的龙年美陈也将在26日揭开神秘面纱。

现在到天河城,一座传统古风园林式建筑已经屹立在中央大厅,象征祥瑞的中国龙盘踞其间,朵朵桃花争相绽放,悠长画卷绵延数米。琉璃元素点缀在园林各处,吊顶琉璃灯由上而下,倾泻的光影折射出串串流光,远远望去,宛若金碧辉煌的古代宫殿;天德广场的巨龙晚上最“出片”,与远处的广州塔交相辉映;还有正佳广场的大唐千灯会,无数花灯交织而成的千灯佳境,将在这里复刻长安街灯如昼的盛况,构造异彩纷呈的盛唐气象。

「萌龙」走俏 广东人「龙元素」消费折桂

文/羊城晚报记者 沈钊

酒店民宿预订火爆、年夜饭一座难求、美容美发线上排队……今年春节,“提前订”成为消费关键词,不少消费者早早做好了吃喝玩乐的各项安排,线上平台、各地商家正推出各项惠民政策,激发消费活力。



游客正在快乐滑雪(广州热雪奇迹提供)

清远蕉乐谷温泉(景区提供)

“旅游过年”受欢迎,预订量涨7倍

美团、大众点评数据数据显示,截至1月21日,年三十至大年初八的旅游消费(含酒店民宿、景点门票、交通等)提前预订量较去年增长约7倍。北京、上海、三亚、哈尔滨、重庆、成都、广州、西安、西双版纳、北海成为排名前十的目的地。

总体来看,“旅游过年”群体越来越多,提前订高峰较往年更早到来,“南北互跨”的消费趋势明显。其中,元旦爆火的哈尔滨热度不减,春节的提前预订量远高于全国大盘,将为不少南方游客带来东北年味体验;此外,三亚仍是春节热门度假去处,西双版纳、北海为北方游客过冬提供了更多选择。

各地雪场、汤泉有望在春节迎来全年接待最高峰。“春节期间,雪场住宿比雪票更紧俏,有经验的消费者往往都提前几个月预订,近期美团、大众点评等平台上的订单持续上涨,假期客房还有少量在售。”张家口某雪场负责人介绍称。

此外,今年春节有着“8+1”的超长假期,境外酒店预订量也正持续攀升,港澳、东南亚、日韩热度居高不下。为帮助消费者提前锁定优惠产

品,针对“冬日景点”“年俗庙会”“温泉滑雪”等热门消费场景,美团推出了上千款低至3折的“住+玩”套餐,此外,预订春节酒店有望抽取免单福利;而在出境游方面,美团上线了“境外酒店特卖场”,每日3次比价,为用户精选全球热门目的地的超低价酒店。

年夜饭预订火爆,餐厅除夕也翻台

随着春节临近,“年夜饭”也迎来搜索、预订高峰。美团数据显示,近一周“年夜饭”搜索量环比提升40%,截至1月21日,预订除夕夜餐厅桌位的订单量较去年增长超3倍。从区域看,在除夕夜餐厅座位提前订订单中,上海、北京、天津、杭州、深圳预订量位居全国前五。

以新淮扬菜为特色的上海“必吃榜”餐厅“食廬”今年春节不打烊,目前在上海4家门店年夜饭已经全部订满,而且晚上会翻台一次;北京的“四世同堂”餐厅预计今年三十至全天包厢会翻三次,相关负责人表示,今年年夜饭预订早于往年,中秋后便陆续有顾客咨询预订。

在广州,作为“黑珍珠”“必住榜”双榜酒店的白天鹅宾馆,500余间客房,从大年初一到初五已经全满。除夕的200多桌“年夜饭”已全部订完;

登上“黑珍珠”的玉堂春暖餐厅,整个假期只剩下年初七的晚餐时段可订。“春节期间,除了本地客人之外,酒店还将迎来不少北京、上海等地游客,在粤菜之外,我们增加了多种地方菜系;此外,考虑到假期家庭出游居多,我们在客房上也做了精心设置,以兼顾儿童和老人的需求。”总经理林镇海介绍称。

不少餐饮商户通过线上平台推出了低折年夜饭、团圆餐等到店套餐,提前锁定市民游客的堂食需求。美团相关负责人表示,平台已设置“岁末团圆夜家宴提前订”线上专区,即日起到春节期间全程推广提供此类服务的门店,帮助门店提升订单,增加确定性收益。

新年新气象,“变美三件套”线上排长队

新年要有新气象。临近春节,不少消费者张罗起“美容、美发、美甲”的三件套,带动年前变美生意火爆。近一周,美团上变美三件套的综合搜索量环比增长40%,热度持续攀升,上海、北京、深圳、成都、重庆搜索量较高。

“从线上数据来看,节前的接待量会是日常的几倍,全国门店节前都不休息。”藤野造型上海区域负责人小米介绍称,目前,美发业进入服务高峰期。相较日常,客人对新年发型要求

更高,更愿意作改变,染发烫等特色要求会更多,往往会根据线上平台的评价和作品来指定发型师,很多资深发型师都要提前一周预约。

而北京望京的某宠物美容店负责人介绍称,根据往年经验,年前一周是宠物美容洗护的高峰期,近期,很多消费者正提前预约到店,带萌宠“错峰焕新颜”。

临近春节,旅拍预约也火了起来。近一周,平台上“旅拍”搜索量环比增长30%,大理、三亚、西双版纳、丽江、西安等地热度领跑全国。不少商家反馈,新婚人士的需求仍是主流,而闺蜜组团、情侣出游的约拍需求显著增多。各地商家结合当地旅游特色,推出了包车环游、汉服租赁、古风妆造、民族风体验等多项增值服务。在三亚,大众点评好评榜前列的商户介绍称,每逢春节,摄影师成了抢手资源。近期,美团的预约电话响个不停,优质摄影团队仅剩少量档期可约,临时需求需多方协调。

“节前火爆的预订数据,预示着春节消费的强劲复苏。”美团研究院副院长厉基巍表示,假期火车票开售后,各项服务消费有望迎来新的预订高峰。美团将联合各地各行业商家,加强服务保障,共同推出更多“又好又省”的产品,助力各地消费持续向好。