

多样促消费活动激发市场潜力,在青岛各大商超、酒店,特色预制菜、非遗礼盒、老字号套餐等销售持续“走俏”

今年春节消费:热卖榜上多了不少新花样

□青岛日报/观海新闻记者 丁倩倩

春节长假来临之际,各大商贸企业摩拳擦掌,为销售黄金季做足准备。

与往年热衷于“买买买”的节奏不同,高品质、高性价比成为今年吸引消费者购买的关键因素。紧跟消费新趋势,节日期间,青岛将围绕“乐购青岛”龙年消费节主题,组织全市重点商贸企业和老字号开展丰富多样的促消费活动,满足广大市民和游客春节期间的多元化消费需求。青岛消费市场端出“新”意十足的“大餐”,深度折扣集聚人气,方便快捷的预制菜成年货新宠,提供情绪价值的国潮老字号登上热卖榜,融入文旅板块,增加体验性消费成为商家引流的新手段。

商务部将2024年定为“消费促进年”,持续扩大消费在经济发展中的基础作用。春节消费“打头阵”,购销两旺的市场表现为龙年经济开好局增动力,添信心。

特色预制菜等销量走高

龙年脚步临近,岛城各大商超里,各类年货商品令人目不暇接,大力度活动激发消费市场潜力。

预制菜成为春节年货的新宠,尤其中高端菜肴的销量持续走高。相关统计显示,在线上平台,预制菜的搜索量环比增加四成,线下进入商超的消费者也涌向预制菜区。麦德龙四方商场店总经理孙丽萍介绍,今年麦德龙为消费者准备了品类多样的预制功夫菜、速冻盆菜、熟食礼盒等,其中花胶鸡、佛跳墙等特色预制菜颇受欢迎,销量较往常提升20%。“这些预制菜不仅口味还原度高,而且价格比较优惠,多在200元以下,还省去消费者的麻烦,迎合了当下消费者对质价比、便捷性的诉求。”孙丽萍表示。

年花绿植已经成为消费者春节仪式感的标配。今年盒马鲜生在全国盒马店上线了八十多款年宵花,增加了洋兰、金龙柳、水仙切花等多款新品种,进入1月,盒马年宵花系列的蝴蝶兰、冬青、蜡梅等开启热销模式,销售环比增长超七成。另外相关数据显示,今年将有近七成用户选择回家过年或旅行过年,为此盒马鲜生发挥在线业务优势,今年新增鲜花产地直发服务,让消费者轻装返乡。

在青岛金茂览秀城,黄金柜台前挤满了前来选购饰品的消费者。商场市场推广部工作人员介绍,“龙年春节,青岛金茂览秀城推出丰富的促销活动,其中黄金消费折扣、超市抽礼金等活动力度较以往更大,‘真金白银’让利给消费者。”进入寒假以来,商场的年轻消费客群不断攀升,餐饮、娱乐等项目顾客络绎不绝,截至目前,商场的日均客流增加20%以上。

站上风口的社区零售也利用春节档推出团购券活动。青岛真诚连锁超市总经理戴同尧表示,“今年我们跟抖音和美团等平台联手推出团购券。为期10天左右的活动,各种券类销售额达数百万元,预计为超市增引客流10%-15%左右。”

文旅、体验新板块引流

2023年以来,服务消费、体验性消费迅猛增长的趋势,让商家看到新机遇。比起往年春节期间主推零售实物商品,今年商超迅速调整策略,增加文化、体验板块,让消费者在现场参与互动中满足亲子消费和悦己消费等新消费诉求。

在青岛海信广场1楼连廊处,15米长、制作精美的粉色巨龙吸引了众多年轻消费者前来打卡。海信广场企划部部长石安表示,粉色巨龙是海信广场今年重金打造的引流“武器”,已经在社交平台形成一定的话题热度。石安介绍,除零售品类的满减外,今年商场促消费活动重点增加了吃喝玩乐板块的布局,“我们在商场内设置了特色年味市集,邀请了泥塑、掐丝景泰蓝、玉雕等艺术手作大师现场展示非遗工艺,消费者可以现场观赏学习,增加‘逛’商场的乐趣。”

消费者的消费喜好在今年有明显改变,线下商超业态只有快速调转船头跟上消费者的动向,才能在激烈的竞争中谋得一席之地。丽达购物中心总经理顾冰告诉记者,今年丽达购物中心“春节档”将重点放在了“迎吃”联动的体验板块,“我们在户外为消费者准备了免费游玩的亲子乐园和运动公园项目,室内的运动体验项目也全部向消费者开放,并组织商场超百家餐饮企业和档口推出‘平价美食’活动,重点吸引家庭消费者和年轻人光顾。”顾冰表示,预计在春节期间,丽达购物中心的客流整体较往常能实现至少12%的增量。

春节旅游将为岛城消费带来一波小高潮,商超也“费尽心思”拓展旅游类产品,增加自身引流能力。市南区某商场负责人告诉记者,1月底商场联合酒店业态推出“住宿+餐饮”的双人套餐,通过文旅商融合增加商场对春节期间来青游客的吸引力,目前该套餐订单稳步增长。

“新国潮”“老字号”走俏

近年来消费者爱上“国潮”风,带有“中华老字号”“非物质文化遗产”光环的商品在今年年货市场走出上升曲线。青岛各大老字号推出的“非遗礼盒”“老字号套餐”等国货潮品,深受消费者欢迎。

从2023年11月起,中华老字号春和楼的年货非遗礼盒就开启了预订服务。春和楼饭店有限公司董事长沈健基介绍,非遗礼盒主要包括山东省非遗春和楼香酥鸡、春和楼蒸饺、网红甜点和花酥、核桃芝麻酥等经典产品,承载着几代青岛人的记忆。“非遗礼盒平时也在售,但春节期间的销量集中爆发,截至目前,销量已超过去年同期的20%。”

春和楼的年夜饭预订同样火爆,“我们的除夕宴共有12桌,是针对不同顾客需求设计的套餐。一周以前,除夕宴餐桌就已全部预订完,多是子女带家中老人来,有仪式感,还能照顾到老人的怀旧情结。”沈健基表示,为了满足游客的多样需求,春和楼还推出小包装鸡爪鸡翅等产品,方便游客在路上食用。

于2024年2月1日刚入选第三批中华老字号的青岛鑫复盛集团有限公司也在春节前迅速行动,推出老字号专款礼盒,除主打的周钦公猪蹄外,还有通过传统工艺制作的猪耳朵、猪肚等产品。鑫复盛工作人员表示,“为了迎合年轻人的需求,我们在包装与口味上都进行了改良。比如,推出年轻人喜欢的香辣口味,设计带有龙元素的包装礼盒等。老字号礼盒推出以来很受欢迎,礼盒整体销量比去年同期提升至少10%。”



▲春节临近,卖场内张灯结彩,各种年货琳琅满目,消费者购买热情高涨。

于 瀛 摄

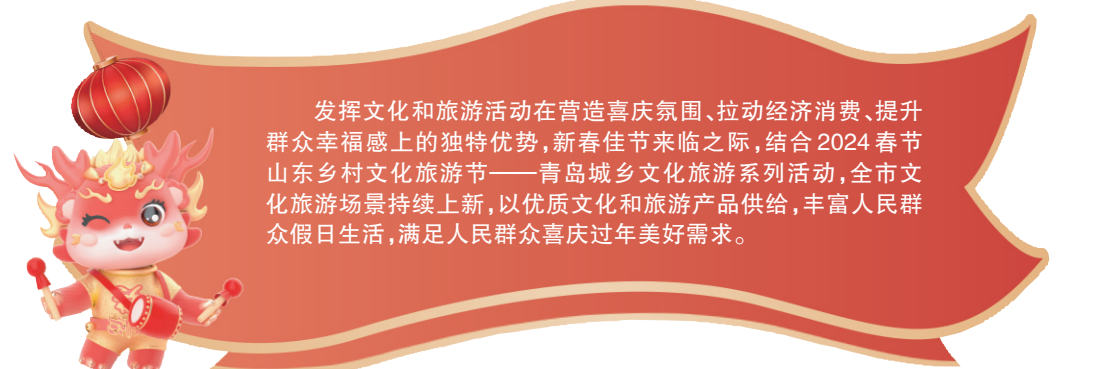


◀青岛街头,各类“年味场景”持续“上新”。

王 雷 摄

青岛各大景区结合自身特色打造多彩节庆活动,生肖展览、庙会、“村晚”等文化好戏走进城市乡村 文旅场景“上新”,营造浓浓年味

□青岛日报/观海新闻记者 马晓婷



发挥文化和旅游活动在营造喜庆氛围、拉动经济消费、提升群众幸福感上的独特优势,新春佳节来临之际,结合2024春节山东乡村文化旅游节——青岛城乡文化旅游系列活动,全市文化旅游场景持续上新,以优质文化和旅游产品供给,丰富人民群众假日生活,满足人民群众喜庆过年美好需求。

重点景区突出文旅融合

春节假期,青岛奥帆海洋文化旅游区将倾力呈现一场文旅盛宴。青岛旅游集团整合旗下各板块文旅资源,围绕场景营造、产品推广、文旅惠民等持续发力,满足市民游客观光、休闲、度假不同需求。其中,奥帆中心将开展奥帆新春市集、春节灯会、奥帆好秀等文化旅游消费促进活动,充实广大市民游客新春游玩体验,提升奥帆中心冬季旅游热度,营造喜庆的节日气氛。游船上将打造独具海洋特色的海上鱼灯节,以非遗花灯美化游船和候船区,并在夜间亮化,打造独具特色的海上节庆氛围。

赏山海崂山盛景,过欢乐民俗文化年。2月10日(农历正月初一)至16日(农历正月初七),崂山风景名胜区内将以“山海同庆,福道崂山”为主题,在太清游览区举办春节系列活动,让广大游客“玩转”崂山太清。2月17日(农历正月初八),首届华严市集暨新春民俗文化活动将在崂山风景区华严游览区华严文化广场启幕。届时,将有近三十项非遗项目以及非遗文创展销、非遗项目展演、非遗文化交流、游戏互动体验、网红拍照打卡等精彩内容开放体验。

营造年味浓郁、特色十足的文化旅游场景,农历正月初一至十五,青岛极地海洋公园将呈现《水下舞龙秀》。在公园的360°洄游池中,四名水秀演员与鲟鱼、鲨鱼以及五彩斑斓的海洋鱼类共舞,演绎一场别开生面的传统舞龙表演。此外,公园内还能看到水上国风舞蹈秀、非遗皮影戏和大唐不倒翁等限定演出。

春节“遛娃”,海信探索中心打造亲子游好去处。哈利新春舞会、好奇心刮刮乐、玩非遗寻神龙、春节限定单日营等,激发小游客们的好奇心和求知欲。四十余幅

“2024中国高校生肖设计大展”优秀作品将在景区内展示,跨界合作开启科普美育之旅。

文化好戏从城市到乡村

市城市文化遗产保护中心三大场馆推出文化展览、民俗体验、研学、文创大礼等活动,邀请市民游客感受传统文化的魅力。其中,甲辰龙年生肖文物大联展正在青岛德国总督楼旧址博物馆和青岛康有为故居纪念馆举办。展览以深入浅出的知识解读、生动直观的展现形式,揭示生肖文物和生肖文化独特的价值魅力,为创新文物资源价值传播,弘扬和传承中华优秀传统文化发挥积极作用。

以“祥龙见瑞 大展宏图——天后宫里过大年”为主题,2024年青岛天后宫第25届新正民俗文化庙会将于2月10日至17日(正月初一至初八)、2月24日(元宵节)如约而至。该庙会现为山东省非物质文化遗产保护项目,本次活动以非遗手工体验、传统民间游戏体验、新年祈福为主要内容,加以舞龙舞狮、民间戏曲表演等,呈现吉祥中国年。

热热闹闹的“村晚”是春节不能错过的好戏。近日,崂山大河东村举办了2024年崂山区沙子口街道山海“村晚”暨山村融合联合晚会,晚会节目均由崂山风景名胜管理局职工和村民自编自导自演,节目贴近群众、老少皆宜,进一步丰富了游客、村民职工的精神文化生活。通过景区与村民的互动,展现“文化崂山、魅力山海”的精彩与厚重,热热闹闹的“村晚”为春节增添浓浓年味。这台“村晚”,还入选了文化和旅游部2024年全国春节“村晚”示范展示点名单。接下来,精彩纷呈的春节文化活动将陆续上演,为市民游客源源不断奉上“文化新年礼”。

青岛开展消费市场专项检查 紧盯民生消费热点 全力维护市场秩序

□青岛日报/观海新闻记者 吴 帅

本报2月7日讯 随着春节临近,近日来,青岛市场监管部门加大稳价保质工作力度,紧盯民生消费热点,开展消费市场专项执法检查行动。在促销活动规范、强化“年夜饭”监管、关注“一老一小”产品质量、农村地区食品安全等方面持续发力,严厉打击价格、食品安全和产品质量等违法行为,全力维护市场秩序,积极营造稳定有序、安全放心的节日消费市场环境。

连日来,青岛商超、农贸市场、集市等消费场所购销两旺,人们逛商场、购年货、订年夜饭,处处是一派红红火火的热闹景象。在崂山区丽达购物广场、石老人农贸市场和流清河餐饮品质提升区,市市场监管局第六督导组对商家的经营资质、进货渠道、售后服务等进行了全面的了解和评估。经抽查,各商家明码标价情况基本规范,与老百姓密切相关的面、油、肉、蛋、奶等日用品消费价格基本稳定,个别餐饮单位存在管理不规范问题现场督促整改到位。

针对节日市场消费特点,市场监管人员加大对重点场所、重点领域、重点对象的执法检查力度,深入百货零售、农贸市场、餐饮店铺等场所,围绕广告宣传、格式条款、持证持照、消费欺诈等领域,对小商品市场、沿街商铺、网店及农贸市场进行检查,并引导商户严格守法经营、诚信经营。对检查中发现的问题,现场要求经营者立即整改,督促其合法合规经营。

春节期间,在外吃年夜饭成为不少市民的选择。对此,市场监管部门加强餐饮服务食品安全监管,对年夜饭供餐单位开展了专项检查。在检查中,采用“餐饮监管一件事”新模式,整合包括餐饮服务单位食品安全、市场主体、计量器具、价格行为、格式条款等监管事项形成内容清单,实现“进一次门、查多件事”。督促餐饮服务单位严格落实食品安全“日管控、周排查、月调度”制度,及时排查和消除食品安全风险隐患,确保春节期间餐饮服务环节食品安全。截至目前,全市已摸排承接年夜饭餐饮单位301家,预计除夕接待年夜饭消费者4万余人。

为保障节日期间农村地区食品安全,市市场监管局近期在全市组织开展了流通领域食品安全专项检查,加大对农产品批发市场、农贸市场、大型商超的监管力度,确保节日食品供应质量。截至目前,全市共出动执法人员2200余人次,监督检查农村食品经营业户1429家次,农村大集55个次,已立案查处食品安全违法行为9起。

五项重点举措确保“菜篮子”物丰价稳

□青岛日报/观海新闻记者 丁倩倩

本报2月7日讯 春节期间,蔬菜、水果、肉类产品消费迎来高峰,记者从市商务局了解到,青岛提前谋划、统一部署,重点采取五项保供措施,确保“菜篮子”“果盘子”“肉案子”节日期间市场供应充足、品种丰富、价格稳定。

节日期间,我市将加强组织引导,发挥抚顺路、华中、城阳、黄河路、大嘴头等市区五大保供批发市场骨干作用,加强货源调度,确保全市蔬菜每天保持100个以上品种、2500吨以上供应量。引导生猪生产企业完善节日生产销售措施,确保城区猪肉上市量保持在240吨以上。

完善区域产销对接机制,确保供应渠道。督导市区五大保供批发市场,引导和鼓励各商户深入“南菜北运”和北方设施省份的蔬菜主产区,开展产销对接。按照2—3天的市场需求增加周转量,提前锁定货源,提高补货上架频率,全力保障蔬菜、肉类、大米、食用油等日常必需品的充足供应。

加强储备管理,利用线上渠道丰富投放模式。节日期间,我市将通过七区122处“菜篮子”商品政府储备线下批零投放点以及“利群网上商城”“利群App客户端”“利客来到家”微信小程序等线上投放销售窗口,均衡组织投放1.7万吨政府“菜篮子”储备商品,并保证稳价供应。

加强促销力度,丰富节日市场。引导企业组织适销对路、品优价廉的“菜篮子”产品,积极拓展销售渠道,开展形式多样的节日促消费活动,为市民提供便捷购物环境。据悉,节日期间,利群、利客来、万福等重点流通企业,将分别开展“祥龙启新岁、红火过大年”“祥龙献瑞过大年”“春节礼购,万福到家”等一系列丰富多彩的促消费活动,进一步激发市场消费潜力,满足市民节日消费需求。

加强市场监管,确保供应稳定。市商务局相关负责人介绍,节日期间将启动“菜篮子”商品日监测报告制度,全面、及时、准确掌握市场供求和价格变化情况,引导市民合理消费。同时,对节日“菜篮子”市场出现的异常波动等紧急事件快速反应,及时预警预报,妥善做好应急处置工作,保障节日市场秩序稳定。