



网上过年:年味触手可及

■ 本报记者 李子晨

“过好年,吃好吃,今天正好是腊月二十六,炖大肉,您来这儿?”2月7日一早,在北京物美联想桥店,张师傅在肉类柜台就忙了起来。“政府倡导就地过年,不少人选择留京,消费需求着实增长了,日常卖三五十公斤,昨天我们就卖了170公斤黑猪肉,日销售量上涨了300%。”

这部分激增的销量凝聚着线上线下的合力。“2021年全国网上年货节”正在全国各地如火如荼地进行。这是商务部联合相关部门和单位贯彻党中央、国务院决策部署,统筹做好春节期间疫情防控、年货供应、保障和服务群众就地过年采取的一项重大举措,旨在为群众网上采购年货提供便利,缓解人员聚集压力,防范疫情扩散风险。活动自1月20日启动以来,“居家嗨购 网上过年”特色显著,也让供需两端都尝到了甜头。

政企联动做好疫情防控

举办网上年货节有助于巩固来之不易的疫情防控成果,减少人员聚集,确保人民群众度过一个安全、健康的新春佳节。

物美北京联想桥店相关负责人对国际商报介绍,年货节期间,卖场内口罩、消毒水、消毒湿巾等防疫物品“销量稳定,供应充足”;进口冷链食品检验检疫证明、核酸检测报告、消毒证明等信息在系统中一应俱全;宽敞的购物空间,“智能购、自助购”等自动结账设备在疫情防控中发挥着重要作用,减少了消费者排队时间和交叉感染风险……

峨嵋酒家总经理张玉明则介绍,在北京市统一组织下,后厨和前厅等一线员工都已经接种了疫苗,且每7天做一次核酸检测;内

部管理、环境卫生、食品采购和加工等都严格对标商务部印发的《餐饮服务单位新冠肺炎疫情常态化防控技术指南》要求执行。

线上加持丰富节日供应

目前,正值冬春疫情防控关键时期,特别是临近春节,人员聚集风险与年货采购需求矛盾突出。网上购物具有非接触送达等优势,可以为人民群众采购商品和服务提供相对安全、便利的渠道,降低线下集中采购可能带来的交叉感染风险。

记者在物美北京联想桥店拣货区看到,众多线上订单正在等待配送。企业相关负责人介绍:“响应商务部号召,我们积极参加‘2021年全国网上年货节’,在直播带货、拼团到家等线上渠道的加持下,1月20日至今,线上销量占比是去年春节同期的3倍;整体单量也明显上升,已超千万单,线上线下整体GMV达22.97亿元,环比增长53%。”

据了解,该商超自1月20日以来拼团直播了5场,平均每场GMV 30万元,环比上月同期增长120%。围观人数达5万,同时门店日配送线上订单均超千单,“可以说线上线下互为支撑,满足了消费者多元需求。”

多元服务秀出新年新意

“2021年全国网上年货节”不仅在置办年货方面助力消费者“居家嗨购 网上过年”,也针对春节期间各类餐饮等服务消费需求旺盛的特点,指导电商平台加强与服务提供商密切合作,创新服务内容和方式,让消费者在确保疫情防控安全前提下,享受到可口的年夜饭,周到舒心的健康服务。

“今年我们与电商平台携手参加‘2021

全国网上年货节’,共推出了八款年夜饭礼盒,提供线上线下到店自取或送货上门的服务。其中针对就地过年新趋势,推出了适合三四人小家庭享用的198元~358元价位礼盒。”峨嵋酒家总经理张玉明说,今年线上订单更为走俏,同比增长了70%。

商务大数据监测,“2021年全国网上年货节”启动以来,在线餐饮销售额较去年春节同期增长40%,重点监测在线餐饮平台年夜饭系列商品销售额较去年春节同期增长96%。其中,半成品、特色年菜、年夜饭分别增长380%、110%和70%以上。

线上年夜饭的走红也在考验着线上餐饮服务平台的各项工作。“1月20日至2月18日,我们结合春节期间消费特点,围绕囤年货、各年夜饭等需求,联动650万商户积极参加全国网上年货节,提供优质资源供给,举办形式多样、内容丰富的上百场线上促销活动。”美团集团副总裁陈荣凯说。

据悉,“2021年全国网上年货节”期间,该平台与北京、天津、河北、山西、内蒙古、辽宁、吉林等52个地方商务主管部门开展合作,针对不同地区消费需求特点,推出了许多具有地方特色的区域性年货节活动,如与佛山合作开展“线上逛花市”活动;与河南省合作开展“豫商振兴惠中原”活动;推进建设宽窄巷子步行街品牌馆,打造年夜饭专区……

力保配送到家安心顺心

从线上采购,对配送服务的要求更高,也是保障消费体验的重要一环。

物美集团相关负责人向记者介绍,运用智能分拣系统,分配拣配人员和配送路径,缩短整体配送时长,提高商家配送效率;推出激励政策,对留守拣配人员提供一定补贴,让

配人员安心为消费者服务。

“为提供安心配送服务,平台推出了‘无接触安心送’,将厨师、打包员、骑手的健康情况及餐箱消毒情况等,以‘电子卡+实体卡’形式更透明地呈现给顾客,实现全过程食品安全信息可视化可追溯。”应对线上年夜饭火爆的需求,美团也在加紧运力的稳定调配,陈荣凯介绍:“为保证春节期间运力,我们将为骑手发放总额超过5亿元的津贴。”

“目前我每天会送40~50单,还是挺忙的。但这个月连同平台发的加班费、防疫补贴等总收入比上个月要翻倍了。”来自吉林通化的外卖小哥告诉记者。

商务部相关负责人介绍,开展“2021年全国网上年货节”,就是要引导电商平台保障生活必需品和防疫物资供应,丰富春节特色商品和服务,开展形式多样的优惠促销活动,为消费者提供更多选择;同时,鼓励电商平台增加品牌化、品质化、健康化、智能化商品和服务,满足人民群众日益增长的多样化、个性化、定制化消费需求,帮助人民群众度过一个物质丰富、精神愉悦、健康祥和的新春佳节。

年货节,消费者都买了啥?

■ 本报记者 白舒婕

随着春节临近,全国各地纷纷倡导“就地过年”。为此,商务部会同有关部门和单位共同指导开展了“2021年全国网上年货节”,目前已取得阶段性成效。据商务大数据监测初步数据显示,2021年全国网上年货节启动以来(1月20日~2月3日),全国网络零售额超5100亿元。那么,消费者都买了哪些年货?

新旧年货“三件套”显不同

当前处于疫情防控的关键时期,广大市民积极响应“少出门、少聚集”的防控要求,然而他们却不会为置办年货而发愁,为家人网上选年货,与亲友云端拜个年,居家嗨购让“就地过年”年味儿依旧。

记者在采访时发现,坚果、饮料、生鲜、熟食腊味几乎是每个消费者置办年货的必选。家住山西太原的秦女士给国际商报记者分享了自己的年货购物单:“前两天在网上下单了一箱海鲜,以及牛羊肉、腊肉腊肠等食材;还准备了不少零食,孩子最爱的巧克力和开心果,父母最爱的西瓜子、南瓜子;另外,小包装的温州鸭舌和内蒙古五香牛肉干去年买了觉得很不错,家里老人孩子都喜欢,所以今年自然也是必不可少的,早早就网购囤好了。”

一直热衷于网购的秦女士说:“现在各大电商平台的产品越来越丰富,品牌商的口味也越做越地道,足不出户就能享受全国各地的特色美食。”

“2021年全国网上年货节”从1月20日开始,一直持续到2月18日。某电商平台数据显示,网上年货节开启首日,平台上的年货搜索量增长240%,干果、糖果、糕点仍是中国家庭首选的“年货三件套”。在下单人群中,80后、90后和00后是电商消费的中坚力量,其中90后在年货节的下单比重超过六成。

而“买健康”成为这些消费者囤年货的关键词。某电商平台数据显示,年货节期间,健身器材、萌宠服饰和Kindle及纸质图书成为90后消费者最喜爱的“过年三件套”。趁着假期健身读书,和萌宠相伴,以积极向上的身心状态迎接新的一年是当代年轻人过年的新“姿势”。记者了解到,年货节期间,各地面对消费升级大趋势,不断提高健康、绿色、智能消费品供给能力,纷纷在线推出品质化、个性化、潮流化的商品和服务。据商务大数据监测,年货节期间,全网除菌类洗衣机销售额同比增长137.8%,跳绳、拉力器、哑铃等宅家便捷健身器材同比分别增长351.1%、91.9%和78.9%。

各地年货“大串门儿”

今年,很多人都选择“就地过年”,但即使不在家人身边也要给家里寄一份年货。在北京就地过年的小夏就是其中之一。他在电商直播间给在南京的父母买了一台自动扫地机,想让年迈的父母平时做家务能轻松点儿。他还给父母订了两盒北京老字号糕点。“我不能回家过年陪伴他们,就让年货送去温暖吧。”

数据显示,年货节期间,平台异地订单数量整体增幅达60%,主要是北、上、广、深等地与三线及以下城市间发单量快速增长,多为异地工作人员与家乡亲人互相寄递年货与土特产品。不少年轻人选择为父母添置些实用小家电,传达游子的孝心和温情。电火锅、烤箱、空气炸锅等产品搜索量分别增加200%至800%不等;面条机、洗地机、洗碗机等产品的天猫销量增幅超过100%。

而同样在京过年的南京人小王对国际商报记者说,她特别想念家乡的味道,所以囤了盐水鸭、醉鸡、鸡水磨年糕、松糕等家乡的特产。“零食是我看电视时的伴侣,过年了更是节日的点缀,快递差不多都到了,反正过年是不愁吃了!”

由于“就地过年”的号召,螺狮粉、自热火锅等一人食食品成为某电商平台年货节首日增长最快的年货品类。

中国人的年是办年货开始的,集市、超市、网购,不同的地点承载着年货置办方式的演变,也勾勒出便捷、高效的现代生活。

为鼓励消费者

居家网购过大年,黑龙江省发放本地消费券,温暖就地过年人。哈尔滨苏宁围绕“好年货 来苏宁”主题,针对就地过年消费人群发放5000元苏宁全业态春节消费券,到苏宁易购电器门店、苏宁百货、家乐福、苏宁小店选购商品可享优惠,满足了消费者在衣食住行、休闲娱乐等生活消费场景的需求。目前,消费券领取数量已超过12000张。

为更好服务就地过年服务保障工作,国家邮政局一方面要求全面落实疫情防控“五有”措施,强化员工防护,减少人员聚集,严把境外输入关和进口冷链关,做好必要消杀;另一方面对春节期间的服务保障能力进行调查摸底,要求坚持“不打烊、不休网、不积压”主基调,科学做好业务研判,精准储备运营能力,有效做好寄递服务保障工作。

防疫保供并重 年货节安心购

■ 本报记者 王旭光

以“防疫保、促供应、促消费”为目标的“2021年全国网上年货节”启动以来,购销两旺,全国网络零售额大幅增长。在“就地过年”的倡议下,浓浓的年味在网上年货市场传导释放。

让节日氛围“浓”、让百姓买得“值”、让权益保障“优”的同时,让百姓心更“安”也是“2021年全国网上年货节”的主要特点之一。

聚焦让市民群众“安心、开心、暖心”,上海组织企业在做好疫情防控的前提下,围绕“特色‘年货’线上购”“年夜饭送到家”“生活服务不打烊”“实体商家在线售”4大板块推出51项主题活动,并且明确电商平台企业疫情防控场所管理、人员管理、冷链食品管理、应急管理等方面的要求,做好生活必需品和防疫物资的供应开展。

河北积极组织电商企业开展应急保供,协调相关部门为一线配送人员发放防疫物资、接种疫苗。同时,进一步规范人员

管理、日常监测,规范商品包装、入库、分拣、配送等环节防疫程序,做到消杀到位,做好“人”“物”同防控,确保消费安全。

值得一提的是,石家庄在疫情期期间利用微信小程序来解决民生大问题。为了提高配送效率,解决保供断点问题,加快疫情期间商品供应线下全面转线上,经过与腾讯、有赞、微盟等国内知名微商平台公司沟通,石家庄制定了全市商超小店微商、小程序上线实施方案,既保障了疫情及春节期间居民生活物资需求,又减少了人员聚集,有效起到防疫保供协同作用。

“开心年货节 云上放心购”,为力保年货节购物安全,广东采取了四项措施加强线上消费防疫。一是三级联动部署,要求各市(县)商务局落实防疫措施,要求企业做好年货节期间疫情防控。二是销售全程管控,指导电商平台和企业利用物联网、大数据、区块链技术,做到“人、车、物”三定位,确保销售全流程可追溯、可管理、可控制,同时加强冷链全过程的防疫管理,建立人员健

康监测、物品检测消毒、环境监测消毒三本台账,要求进口商品供应商提供相应的证明等。三是保障物资供应,指导电商平台做好防疫物资平价供给和品质把控;发挥大型电商平台的品牌优势、供应链优势及物流配送优势,持续为消费者提供稳定的商品供应。四是普及防疫知识,构建多形式全覆盖的防疫宣传体系,向消费者普及疫情防控知识。

广西倡导无接触配送方式,让消费者安心收年货。大型商场、超市以及电商企业推广网上下单、在线服务、无接触配送的网订店送方式;开展云上八桂年夜饭嘉年华活动,鼓励餐饮类企业提供“网上订餐,送餐到家”服务;举办“过健康安心年”活动,组织电商平台和药品零售企业线上销售并提供安全、放心的无接触配送服务。

防疫是关键,保供必不可少。春节期间,饿了么在全国200多个主要城市预计将有六成药房线上不打烊,北上广杭等10城将

提供24小时在线急送药服务。同时,饿了么还上线了防疫药品专区,保障居民用药需求。

年货节期间,橙心优选将提供“春节不打烊”保障,提前筹备运输车辆,24小时值班统筹管理运营。即使是除夕夜和大年初一,消费者也能顺利提货,买到新鲜的蔬菜瓜果等产品。

为了稳供应,解决春节期间生鲜食材购买难的问题,美菜也在全国超过100个城市推出“春节不打烊”活动,保证库存供给,保障车辆正常配送。在美菜商城上,米面粮油、调料干货、餐厨用品以及蔬菜、鸡蛋、豆制品等生鲜食品均可正常下单。

网上年货节:为“就地过年”送温暖

■ 本报记者 王旭光

春节临近,出于疫情防控需求,在“非必要不返乡,就地过年”的倡议下,全国人民积极响应,居家网购年货成为消费者的首选,年货快递的“漫天纷飞”代替了人员流动,将各地的特产或带到尝鲜的餐桌、或带到家乡人的面前,让人身处不一样的地方,仍能感受到一样浓浓的年味。

云端购年货 纵享家乡味

江苏省淮安市启动“年货到家福到家——留在淮安过大年”网友乐购文化节,组织“淮选”“蜜蜜荟”“同城享购”“嗨旅游”等本地电商平台和36家本土农产品、食品和餐饮企业开展线上年货节活动,提供线上年货礼包和餐饮套餐。值得一提的是,活动将“公益”与“促消费”相结合,一是

新春特色文创产品免费送,即在网征集广大网友创作的春联作品,邀请淮安书画家书写其中优秀作品,搭配主题公筷、购物包作为春节特色文创产品赠送网友;二是开展“特别的爱 给特别的你”活动,即定制“特别年货礼包”赠送给在疫情防控过程中作出突出贡献的医务工作者;三是开展“一元钱 一份爱”活动,即每卖出1单拿出1元钱存入慈善总会专用账户,用于购买口罩、洗手液等防疫物资,送给农村地区百姓。

就地过年不发愁,湖北省年夜饭“云”送到家。武汉市号召各餐饮企业推出“年夜饭到家”等服务,使市民足不出户也可享受酒店美食。黄石市、鄂州市举办首届电商直播年货节暨“年夜饭送到家”活动,鼓励餐饮单位及相关企业入驻“黄石都汇”“云上鄂州”,开展线上年货展销以及线上年夜饭预订。重庆市商务委还联合山东省商务厅、

四川省商务厅联合开展“鲁渝联欢过大年”“双城联动迎新春”活动,精选双方优质特色商品,定制“山海大礼包”“川渝线上年货大礼包”,让消费者在异地过年亦可享家乡风味。开展“身在远方·乡情相伴——2021我们一起云探亲”直播接力活动,媒体主播通过虚拟AR演播室异地同屏主持,通过直播形式与观众一起云端赏年味、办年货、品年夜饭,向全国网友展示山城年味,让留在当地的异乡人感受家的温暖,向工作生活在异乡的家乡人传递来自家乡的问候。

人未归礼先到,就地过年亲情不减。山西“全晋乐购”探索出了直播带货新方向,同时也将在直播活动中带给消费者更超值的年货和年夜饭,让消费者无论身在何地都能“晋”享年味;安徽省开展“徽尝年味进万家”活动,向在外发展的皖籍人士致以新春问候;广东省开展“2021年全国网上年货节·粤味年货云上购”迎新春节活动,为留守过年及全国人民送上地道粤味年货。

花样过大年 异地也温暖

在“防疫保、促供应、促消费”的号召下,企业一呼百应,为满足人民群众就地过年、安全消费的需求推出各具特色的优惠活动。美团举办“热爱送到家”“家乡味道”等活动,联合品牌商家线上推出年夜饭套餐和新春套餐等产品,满足就地过年消费者思念家乡的情感诉求。携程旅行网推出“年在一起”活动,为响应就地过年倡议的城市用户提供“酒店度假”优惠。驴妈妈旅游网推出“就地花样过大年,新年FUN心游”专题,围绕年夜饭、滑雪、泡汤、文化活动、情侣出游、亲子玩乐等需求提供了丰富的供给。饿了么通过开展线上年夜饭礼盒、年货鲜果季、年货大集、看直播囤年货、精选年货提前订等活动,联合商家百亿补贴促消费,提升疫情下群众的春节体验。在“就地过年”的倡议下,饿了么今年春节愿意留下来的蓝骑士也比往年有所增加。