

重庆网上年货节新意浓

期间网络零售额92.75亿元,比去年同期增长47.49%

“带美好回家”“老字号过大年”“春节‘超级周末’”“年货搬回家”“重庆年货推出去,好物买进来”“全国年货网上购·山城活动本地享”“重庆杂包邮亲情”及寻味武陵网上年货节……牛年春节,丰富多彩的2021爱尚重庆·网上年货节让消费者舒舒服服享受到“云端”过年的便捷与欢乐。

据第三方大数据公司数据监测,网上年货节举办期间,重庆网络零售额92.75亿元,比去年同期增长47.49%,参与年货节商品销售25.23亿元。

电商平台各施新招奇招

重庆市商务委电商处处长何渡介绍,今年,重庆联动阿里、京东、苏宁、美团、拼多多等全国龙头电商平台带动作用,围绕重庆特色年货商品举办多场网络活动,采取“平台补贴”“红包雨”、发放大礼包、发放消费券、兑换现金券、万人拼团、限时秒杀、直播导购、产品抽奖等促销措施,让老百姓享受到云上消费实惠。

盒马鲜生重庆公司相关负责人介绍,针对重庆人过年习俗,盒马联动中华老字号重庆白市驿板鸭、丰都麻辣鸡、以烧白、腊肉为代表的重庆九大碗菜肴等相关食品企业,为消费者提供到家消费服务。“春节期间,仅线上餐饮消费就比往年增长150%。北方的饺子也颇受重

庆消费者青睐,线上销量增长一倍多。”该负责人表示。

阿里巴巴本地生活、美团外卖、重庆市各餐饮协会、华龙网爆品王本地生活平台等数字化生活服务平台自2月1日开始,联合广大餐饮企业或餐厅278家,开展送年夜饭到家活动,让消费者有机会线上线下遍尝本土特色、传统中餐、中式快餐、洋快餐、网红新菜等美食。

在活动中,重庆本土社区电商平台“爆品王”联合N37月光之城商业中心25家本地餐饮商户开展“渝味食足”爆品年货超级盛宴专场活动,举办画糖人、写春联等多项民俗文化活动,推出年夜饭送到家活动,平台交易总额690万元,活动期间订单量同比增长219%。

抓住线上年夜饭送到家机遇,重庆本土品牌企业阿记大饭店也实现了永辉生活、美团、公众号线上销售大卖。“线上消费是堂食的十倍以上,销量超出我们与合作方的预期,甚至出现准备不够充分的问题。”董事长刘英说,春节后上班第一天,已率团队复盘春节销售经验,为元宵节再战作准备。

据美团外卖发布的数据显示,除夕当天,重庆市外卖订单量同比增长70%,紧随北京、上海、深圳、广州之后,位居全国第五、西南之首。不仅年夜饭、团年宴成为春节餐饮市场主旋律,各大特色餐饮企业也是生意兴隆,梁山鸡、受气牛肉、沸腾蛙、三斤耗儿鱼等品牌网红餐厅,春节期间所有门店均正常营业,受到广大市民热情追捧。全市重点监测餐企企业德庄火

锅、枇杷园火锅、科力大饭店、肘子火锅营业额同比分别增长8.8倍、7.3倍、6.1倍、4.6倍。

新模式新业态带货力强

利用直播带货新模式,重百创客春节直播销售家电用品吸引观看总数6.4万,引导成交金额15万元。盒马鲜生仅一场直播即吸引20万用户到直播直播间,引导成交金额5万元。永辉超市开展7场直播带货活动,观看总数34.95万人,引导成交金额45.51万元。

永川区组织当地特产农产品,利用抖音、腾讯视频、邀要重庆等平台直播开展了10场专场直播活动,观看总数达15.82万,访问量达18.57万,引导成交金额11.9万元。万盛区通过淘宝直播销售腊肉、香肠等年货产品,吸引观看总数12.39万人,访问人数17.53万人,引导成交金额10.5万元。

重庆特产品牌“陈麻花”和齐齐真味火锅底料利用抖音、快手等直播平台,通过薇娅等头部主播带货,门店自有主播带货和年货促销相结合的形式宣传引流,通过多款爆品引流满减及满减活动,提升了关注度,大幅度增加店铺访客数,有效提升转化率,销售业绩实现大幅增长。

推动地方特色化发展云上消费,重庆武隆区举办2021寻味武隆网上年货节,实现销售434.67万元,较平时增长78%,带动农户销售香肠腊肉7000斤,销售土鸡2300余只,鸡蛋

70000余枚,大米37吨,菜油2273桶,新增下单客户23954人,浏览量60余万,公众号新增粉丝1万余人。

酉阳县自年货节举办以来成交100余万单,成交金额4300万,较平时增幅30%。县内企业庆春商贸公司消费扶贫金额达75万元,辖区内永辉生活线上日均配送1300单,美团优选日均配送23000单。

抓住网上年货节机遇,酉阳县还组织了一期电商直播培训,通过边学边播的教学方式,新建了9个直播团队,其中开展直播200余场,累计观看量超300万人次,带货150万元。

云阳县组织本地电商平台、网商开展云尚年货节活动,开设年货、美食、果蔬等6大专区,在年货节期间,实现网络零售额1.76亿元,较平时增长37.5%。

重庆主城区南岸区联手石柱县、巫溪县50家多家3C数码、食品类商家,上线300种特色商品,通过“京东云上集市”等系列特色活动,并联动京东商城、京东物流、京东直播等生态,为消费者带来一场智能化、巴渝风、数字化的年货采购盛会,获得订单6.46亿元,实现增长106%。

何渡表示,网上年货节影响大、带动性强,不少企业尝到甜头,不断丰富线上销售和推广渠道,创新融合方式。近期,重百创客将家电销售与热播电影《你好,李焕英》相结合,持续升温线上消费。预计到元宵节,重庆还将迎来新一轮线上消费热潮。(俞芳)

贵州网上年货节实惠足亮点多

本报讯 让利打折、全场特卖、满减特惠、积分兑换、直播带货……贵州商务厅联合相关部门,组织指导电商平台,以“防疫、保供、促消费”为目标,打造了“居家嗨购·一码贵州网上过年—2021网上年货节”,让“后疫情”时代的第一个春节消费品市场气氛“活”起来,让市民过了一个“不打烊”的春节。数据显示,活动期间,贵州省累计上线产品4万余款,累计销售额3.3亿元,同比增长51%。政企联动,形成合力。贵州省商务厅通

过下发文件、会议座谈等形式,加强部门通力协作、共享信息,严格按照国家和省内疫情防控要求,保障年货节期间运输渠道畅通,指导各地优化市场供应,强化线上消费防疫措施,全力做好消费者权益保障相关工作。贵州盒马鲜生保障供应不断档,每日为贵阳市民供应近10吨蔬菜以及百余吨民生品。贵州美团联动平台商户提供优质资源供给,陆续在线上推出年夜饭套餐和新春套餐等产品以满足各类家庭的外卖年夜饭需求。苏宁易购通

过贵阳市所有线下门店开展以旧换新补贴、家电下乡补贴、年货节补贴、银行分期满减、专场品类团购日、服务福利等多种专项促销活动,助力节日消费。

活动形式多样,亮点纷呈。贵州各地多形式开展年货节活动,开展系列跨年迎新促销活动。“一码贵州”商城组织以贵州为主的农产品,同时丰富全国其他特产、各类进口商品,满足群众购买年货节商品的需求;通过满减、直降、打折等促销方式,向群众提供低至五折的贵州特产,通过囤年货、买土货、送年礼、买洋货、“年货节不打烊,过节也可把单下”等各个专题会场进行线上销售,主会场合计销售664.33万笔订单,12484.6万元。遵义市在“淘优卖”“京东遵义馆”等平台开展了多场次直播,销售金额达705万元。“一码贵州”平台联合贵阳清镇市、开阳县,组织餐饮、汽车、超市等企业,在“一码贵州”发放消费优惠券17000张,直接销售额达1396.9万元。贵阳市开启“安心消费”“南明惠生活”“乐购”等惠民促销活动;各地主要购物中心、商场超市、大型商贸企业推出让利打折、全场特卖、店庆优惠等促销活动。“一码贵州·大宗贸易平台”正式上线“大宗年货节”活动,以“1件也是批发价”为活动亮点,吸引32个商家报名参加,年货节期间销售产品54款,销售额584.89万元。

对号对接,强化协作。遵义汇川区依托“遵品入沪”消费扶贫电商平台,举办“年货合集,年前团购”活动,对接上海职工工会、企事业单位等进行线上团购活动。广东、浙江、江西等工会单位集中采购黔东南州47682份年货产品,销售额达1216万元。黔西南州积极对接省外渠道,创下最高日销量569单,通过快递直发广州市市场监管局,实现交易额10.2万元。“一码贵州”平台联合各地政府、商务局等积极对接工会、退伍军人、农行、商会及其他对口帮扶渠道配合进行年货集采,共同打造贵州山珍、年货腊味、小吃等搭配的暖心礼包9款,由“一码贵州”运营配合地方政府进行派送,贵州年货礼包系列合计销售2300件。

稳定市场,保障供应。贵州各级商务主管部门强化精准服务,加大货源组织力度,指导各大商贸流通企业积极开展形式多样的节日促销活动,确保群众春节期间重要商品的市场供应稳定。

网上年货节消费新模式充分带动了贵州省本地特色产品销售,下一步,贵州省将全面总结此次网上年货节经验,为明年年货节提前谋划,积极对接本地年货品类,丰富大礼包,拓宽宣传资源,扩大销售渠道,同时做好购物环境的防疫工作,打造线上线下业态融合体验模式,让老百姓真正享受到实惠。(黔宣)

贵州春节消费市场活跃

购销两旺

本报讯 牛年春节,贵州省商务厅按照省委、省政府有关工作部署,认真贯彻落实“就地过年”有关工作要求,扎实做好保供稳价工作。春节期间,贵州省消费市场气氛活跃,消费信心足,需求旺盛。据全省71家重点零售和餐饮企业监测显示,春节期间,贵州消费市场零售销售额同比增长42.62%;餐饮业营业收入同比增长22.55%。

热点商品销售亮眼。贵州省商务厅牵头组织了“多彩贵州·暖心冬季”“居家嗨购·一码贵州网上过年—2021网上年货节”等线上促消费活动,以及“安心消费”“南明惠生活”“乐购”等惠民促销活动的线下促消费活动。春节期间,贵州省监测的9家百货店及12家超市,销售额同比分别增长258.92%、2.92%。其中,饮料、烟酒、服装作为传统热点商品销售向好,销售额同比分别增长0.23%、18.46%、26.84%;金银珠宝、服装,同比分别增长568.52%、205.68%。专卖店同比增长10.99%,其中汽车销售额达2552.42万元,同比增长22.76%。

餐饮市场红火时尚。年夜饭、亲朋聚会、家庭聚餐等餐饮消费需求旺盛,据统计,贵州省重点监测的33家餐饮企业,实现营业收入1041.77万元,同比增长22.13%。大众消费群体餐饮消费理念发生新变化。“便捷式”年夜饭受追捧,贵州省鸿福盛宴、香格里拉等餐饮企业推出各具特色的半成品年夜饭外卖服务,得到消费者青睐。“节俭型”餐饮消费推广力度加大,重庆老火锅、潮牛庄园牛肉馆等餐饮企业主动提供“半份菜”“小份菜”点餐服务,有效引导消费者适度合理点餐,避免产生餐桌浪

费。健康绿色餐饮消费成潮流,“公筷、公勺”、分餐制、简约适度、绿色环保的餐饮方式,成为饮食消费新时尚。夜间消费增长明显。贵州各地积极打造丰富的夜间消费场景,天河潭—贵阳故事街水景灯光秀,青岩古镇“魅力青岩大明志”,云岩万达大上海、印象城打造星光集市、夜间嘉年华,贵阳甲秀楼、花果园双子塔、金融城、未来方舟灯光秀轮番上演。集“食、游、购、娱、体、展、演”等多业态的“夜间经济”正持续升温,已成为拉动消费增长的新引擎和城市经济的新蓝海。

市场运行平稳有序。贵州各级商务主管部门强化精准服务,加大货源组织力度,确保群众春节期间重要商品的市场供应稳定。贵州商务厅牵头组织省级储备肉投放工作,有效平抑了猪肉市场价格,保证春节期间猪肉市场供应充足,稳定市场预期,满足群众消费需求。同时,贵州省商务厅落实防疫政策,积极引导企业做好就地过年保障。

生活必需品货足价稳。据监测,截至2月17日,贵州省粮食、猪肉、禽类、蛋类、蔬菜储备量分别为336.88吨、11.58吨、28.05吨、96.95吨、143.81吨;其中,猪肉储备量较去年同期增长52.91%。从销售量来看,重点监测的24家商超数据显示,2月11日—17日,猪肉、蔬菜、蛋类销售量分别为96.22吨、111.08吨、423.56吨,较去年同期分别增长139.15%、246.78%、151.43%。(黔宣)

成都春节消费市场繁荣有序

线上线下齐发力

春节期间,成都市消费市场加速回暖,呈现出许多新特点和新变化:居家购物、网上过节、云上到家等多层次、升级型消费,满足疫情防控下广大群众节日消费需求。成都市商务局数据显示,2月11日—17日,成都市31家重点商贸零售企业客流1566.8万人次,同比增幅22.5%,实现销售15.86亿元,同比增长24%。

消费持续升级

春节期间,成都IFS、万象城、成都王府井百货、成都伊势丹百货等21家百货购物中心客流量416.59万人次,同比增长194.24%,实现总销售达6.81亿元,同比增长99.7%。其中,黄金珠宝、服装服饰、数码、美妆护肤等消费升级类商品成为畅销商品。红旗连锁、伊藤洋华堂、沃尔玛、人人乐等10家商超卖场客流1150.23万人次,实现总销售额达9.04亿元。其中,米面粮油、烟酒饮料、海鲜水果等生活必需品购两旺。

消费市场的繁荣离不开成都丰富的节日氛围,成都市组织开展“今年过年在成都·云上购物欢乐多”“E购年货·云上到家”“热腾生活·吃喝玩乐”“电商集结·在线直达”等线上线下活动,参加活动的企业达112家,满足在蓉市民节日期间的需求。值得关注的是,今年春节期间成都网络订餐渐成新宠,外卖菜品较去年同期增加了44%。据美团外卖数据显示,今年除夕,成都外卖订单量同比增长53%,居全国第六位。

春节期间,成都各地积极开展节日活动,锦江、青羊、成华、高新、武侯、金牛等地的新春促消费活动独具特色,给在蓉市民提供了嗨购游玩的节日氛围。其中,“2021(第19届)成都新春欢乐购”覆盖成都23个区(市)县,掀起成都岁末年初消费高潮,锦江区推出“四大潮流专线”、青羊区举办2021年“点亮寻香道及春节系列活动”、成华区发布2021年新春活动“节目单”等节日活动形式丰富多彩,营造浓厚的

新春氛围

市场供应充足

成都消费市场的繁荣离不开就地过年服务保障工作,据了解,在春节前,成都市指导重点保供企业进一步优化完善春节市场保供工作预案,健全内部协作机制,充分发挥企业供应链和服务链优势,强化产销衔接,保障米面油、肉蛋奶、蔬菜水果等生活必需品供应充足,增加适销对路商品库存数量,重点保供企业商品库存平均同比增加20%以上,其中粮、油等商品库存能够保障销售30天以上。

同时,成都市开展了生活必需品市场应急保供演练,为应对突发情况做好了准备。节日期间全市发起“留在成都 幸福过年”倡议,企业积极响应,其中639家农贸市场、23家农副产品批发市场、64家大型商超卖场超过5000多个商业网点正常营业,总开业率超过81%,为留下来的来蓉建设者和本地群众提供了坚实生活保障。(李岚)