2024年3月1日 星期五
E-mail:tougao_cfs365@126.com
首都食品安全

“2024全国网上年货节”网络零售额约1.2万亿元

本报讯 商务部日前召开例行新闻发布会，商务部新闻发言人何亚东在会上介绍，2月17日，为期一个月的“2024全国网上年货节”圆满收官，实现了“消费促进年”12场重点活动的开门红。根据商务大数据对重点电商平台监测，活动期间，全国网络零售额约1.2万亿元，较去年日均增长近9%。与往年相比，今年的网上年货节有以下几个特点：

一是参与度更高。举办300余场配套活动，千余家电商和流通企业参与。上海、广西、陕西等地发挥区位优势，促进东盟、中亚等地优质产品对接中国市场，“东盟电商主题周”“中欧班列年货节”“桂品出海”等活动，引进国外好物的同时助力国货走出去。

二是年节味更浓。天津、江苏、黑龙江等地联合电商平台推出新春专享优惠，北京、湖北、甘肃等地推出“民俗年货节”等特色活动，上海、云南、福建等地举办“新年文旅特惠”等。

三是焕新力更强。本届年货节聚焦三大主题开展焕新促销。家居焕新方面，浙江、重庆、江西等地举办焕新消费节等活动，主要电商平台对200多个品类、千余种家电开展以旧换新，节能中央空调、折叠屏手机线上销售额分别增长262.1%、131.2%。国潮焕新方面，安徽、陕西、上海等地推出“老字号国潮”等专场，唐装、国潮首饰线上销售额分别增长261%、204.2%。场景焕新方面，广东、山西、河北等地利用AR/VR技术搭建云上大集，消费者可在线感受传统集市的热闹氛围。

何亚东介绍，这是商务部自2021年以来，连续第4年举办“全国网上年货节”，已经成为年味特色浓厚、带动作用显著的网络促销品牌。接下来，还将举办“双品网购节”“数商兴农庆丰收”“丝路云品电商节”等主题促销，打造季季有亮点、全年不停歇的网络促销矩阵，更好满足广大消费者期待。

（中国新闻网）

《2023年中国涉农电商“百强榜”》发布

本报讯 孙磊 从脱贫攻坚衔接过渡到乡村振兴，农村电商也已进入新的发展阶段。在此背景下，日前，智库网经社电子商务研究中心发布了一年一度的《2023年中国涉农电商“百强榜”》。

农村电商发展态势良好，近年来政府出台了一系列政策，加大对农村电商平台的扶持力度、推动农产品上行下行、加强电商物流基础设施建设等。此外，拼多多、抖音等电商平台积极参与农村电商的发展，通过直播等形式推动农产品的销售和品牌建设。

网经社电子商务研究中心网络零售部主任、高级分析师莫岱青表示，从百强榜的分类来看，农村电商平台各自的优势资源不同，在资源投入上也各不相同。如综合平台中的京东主打物流配送、拼多多倾向技术扶持，不过平台之间在助农兴农方面竞争是良性的，目的都是为了更好地促进乡村发展。此外，随着直播电商的火热，各类助农活动也被电商们频繁搬到直播间，因此抖音电商、快手电商也进入了榜单。

网经社电子商务研究中心特约研究员陈虎东则认为，农村电商早已在农村展露出发展的态势，随着电商这几年的发展，尤其是生鲜电商的发展，农产品供应链、盈利路径、销售渠道等等都发生了很大的变化，传统电商更是向着多样化的模式方向演变，电商逐渐从刚开始的“下乡”，推进到数字化、智能化阶段。

元宵节消费观察：

传统文化元素“出圈” 多家电商平台迎来订单高峰

本报讯 谢岚 梁傲男 “正月十五闹元宵，红红火火过大年”。从多个在线旅游平台获悉，元宵节文旅消费热度高涨，周边游及短途跨城游是旅游消费的主流。截至2月21日，同程旅行平台上“元宵节”的相关搜索量周环比增长超300%。

据观察，今年春节至元宵节期间，传统文化元素再次“出圈”，逛庙会、赏花灯、夜游及演出等相关主题的搜索热度相对较高。美团数据显示，春节以来（截至2月22日），含“元宵”“灯会”等关键词的景点门票订单量增长260%。“灯会”关键词搜索量同比增长超720%。

而在美团“灯会”热门搜索城市中，四川自贡领衔全国，搜索量同比增长超19倍，与北京、成都位列热门搜索城市前三名。据统计，今年春节期间，自贡·中华彩灯大世界共接待游客45万余人次，实现门票收入近6000万元；总入园人数同比增长24.5%，门票收入同比增长7%。

“往年是春节假期忙，今年一直到春节后游客还很多。”自贡·中华彩灯大世界工作人员表示，2024年以来，景区加强和本地生活平台的合作，提供线上门票预订服务，并在美团开启直播销售灯会门票，为灯会活动推广提高热度。

核心城市大型灯会不仅是本地居民元宵节文旅消费首选，也吸引了大量周边城市游客。同程旅行数据显示，广州、深圳、上海、成都等核心城市大型灯会外地游客比例均在40%以上。其中，广州越秀公园灯会的外地游客比例超过了50%，上海2024年豫园民俗艺术灯会（豫园灯会）外地游客比例超过60%。北京市属公园在元宵节推出多项主题活动。北京市公园管理中心消息称，除了多个春节花展、文创市集仍在举办中，颐和园、香山、景山、玉渊潭等公园还将举办非遗、民俗、手工等多类元宵节体验活动。

消费市场方面，汤圆稳坐“C位”。笔者者注意到，寻找、品鉴汤圆或元宵的“花式吃法”成为年轻人的消费新趋势。美团数据显示，“汤圆”“元宵”相关商品销量较去年元宵节同期增长62.7%，与“汤圆”“元宵”相关的内容搜索量同比增长425.6%。在大众点评上，“汤圆新吃法”评论及笔记数量已有近61万条。

昆明市某茶馆老板表示：“普洱茶汤圆”是春节以来店内销售量最高的产品，不少赴滇游客都喜欢点一碗品尝，“茶+汤圆”让消费者有一种新体验。

与此同时，盒马、叮咚买菜等电商平台也迎来订单高峰期。叮咚买菜方面表示，正月初九以来，汤圆及酒酿、糯米粉等自制汤圆的食材销量有所增加，预计汤圆销售额同比去年将上升约20%。而创新造型汤圆成为今年元宵节新卖点，盒马方面表示，2月份至今，“柿柿如意”汤圆的销量增幅超过5倍，预计这几天还将迎来一波增长。

叮咚冷冻面点类开发负责人表示，随着叮咚自有品牌和定制商品的不断深耕，预计今年叮咚自有系列汤圆销售额占比将超整体产品比重的30%，也将为消费者提供更多差异化新选择。

淘宝成立直播电商公司 推出全托管服务

本报讯 何倩 乔心怡 近日，淘宝宣布成立直播电商公司，为有意入淘开播的明星、KOL、MCN机构提供全托管运营服务。

据了解，该公司由淘天直播运营团队操盘，该项服务主要面向入淘的新主播，将与主播采取保底或者分润的灵活合作模式，帮助其实现账号冷启动、全周期规划、商务对接、官方盘货、营销策划、财务管理和场地支持等深度全托管服务。

该公司负责人元戈介绍，在半年的扶持期内，主播可以随时撤出，半年后自动解约回归市场。淘天集团表示，当主播、机构适应平台规则玩法后，即可自己组建团队，或者签约其他MCN机构。

叮咚买菜上线近50款春菜

本报讯 春菜，唤醒人们的春日味蕾。早在年前，叮咚买菜就启动了2024年春菜项目并上新部分春菜尝鲜，近日，叮咚买菜又一口气推出多款春菜，不仅有市民们熟悉的“七头一脑”，还有鲜羊肚菌、地皮菜等小众春菜，近50种新鲜春菜提供丰富的尝鲜选择。

地域口味各有偏好。“七头一脑”，指的是香椿头、荠菜头、草头、豌豆头、马兰头、枸杞头、小蒜头和菊花脑，占据了春菜销量的“半壁江山”，环比年前一周增长了超40%。

叮咚买菜数据显示，传统春菜“四大金刚”——香椿、蚕豆、雷笋、春韭，依旧是江浙沪消费者春日餐桌上的常客，华北消费者则喜欢用香椿和春韭来解“春馋”，而讲究极致新鲜的广东老饕们，则喜欢选购空心菜、枸杞头、潮汕红蒜苗、木耳菜、苋菜头等。

源头直采保障“第一口鲜。今年，叮咚买菜依旧专注小众春菜的开发，其中源头直采的地皮菜、鲜羊肚菌是今年的潜力品。

地皮菜，民间又称地衣、地木耳、地软、地踏菜，早有食用的记录。叮咚买菜商品开发团队分别探寻了贵州赤水、湖南湘西、安徽皖南、浙江淳安、江苏天目湖等多地，找到优质货源。此外，从云南带来的今年“头茬”羊肚菌，一经上市持续热销，日均销量同比去年增长超260%。

从区域上看，华东地区重点开发了藠头、蒲公英、面条菜、地瓜叶等区域特色春菜，华北地区则带来了草头、草菇等南方常吃的种类，华南地区引入了网红品种野葱头、蕨菜等小众单品。

叮咚买菜预计，在与近百个春菜基地直采稳定合作下，预计4月前春菜销量将达6000吨。

（上观新闻）