

春节消费市场扫描： 暖意、团圆与信心

新华社上海1月18日电(记者王默玲 程思琪)随着疫情影响的逐渐消退,相聚、喜庆的春节味道在今年显得格外浓郁。纵览今年的春节市场,需求提振、消费升温中,让人看到了市场的融融暖意、经营者的信心和期待、人们迎接团圆的欢乐与温情。

年夜饭市场正升温

近来的上海豫园里,兔年花灯璀璨,游人摩肩接踵。记者在豫园内的一家老字号餐厅里看到了有趣的一幕:一位顾客正在前台咨询年夜饭的订位问题,在得知除夕当晚的堂食桌位已经订完的时候,这位顾客转而订下了一份餐厅推出的预制菜套餐。

这个片段正好说明了今年春节年夜饭市场的两个现象:一是年夜饭堂食热起来了,二是近几年春节流行起来的年夜饭预制菜、半成品在今年依然颇受市场欢迎。

上海市商务委数据显示,2023年春节年夜饭堂食于去年11月份启动,部分餐厅出现了包房一桌难订、仅大堂少有余量可订的情况。随着近期疫情影响的逐渐消退,年夜饭堂食预订已达80%以上。记者了解到,绿波廊、南翔馒头店、松鹤楼等老字号餐厅,除夕当晚的年夜饭堂食桌位已早早订完,这些餐厅纷纷根据自家的招牌菜推出了预制菜大礼包。

“现在年夜饭堂食订位确实是不好订了,但过年总归是想吃得好一些,餐厅拿手的功夫菜,家里做起来并不简单,所以想着预定好餐厅的预制菜,除夕当天送到,这样过年能吃到正宗的好味道,也能节省不少精力。”在线上上下下了知名餐厅预制菜套餐的卢女士说。

抖音电商的数据显示,今年的年夜饭预制菜提早进入了预订高峰,销量比去年同期增长了248%。

生鲜电商叮咚买菜联合各地知名餐厅合作推出的“年夜饭套餐送到家”系列,一周内已被抢订8000桌年夜饭预制菜。同比去年,年夜饭相关菜品销量增长500%。

年货里看到“团圆”与“回归”

小红书提供的数据显示,12月以来,平台内“回家过年”“年货”相关笔记累计阅读量接近2.2亿;淘宝平台内,近一个月以来,喜庆服饰、过年礼盒、车厘子成为多个直播间里破百万元成交的爆款;“2023抖音好物年货节”数据显示,今年年货节期间的消费人数是去年同时期的1.4倍……

火热的年货市场数据背后,透露出浓浓的年味,其中有两个主题格外突出——“异地下单”的团圆之意、“本地年俗”的热烈回归。

今年,不少在外务工的年轻人时隔三年再次踏上春节返乡的旅途,赵强便是其中之一,“今年终于回老家过年,各种礼品年货自然是不能少的,但我没有又提又拎地上火车,而是出发前在线上下单,到家后在家附近的自提点去拿。”

“减负式返乡”带动了节前异地订单的增长。美团优选的数据显示,最近两周,平台上异地订单环比增长10%。广州、深圳、东莞、佛山、北京、上海、成都、杭州、长沙、西安等地消费者,倾向于在大城市给老家远程下单年货。淘宝天猫搜索数据显示,近来“礼盒”的搜索量相比上月增长了5倍,对于这些礼盒,大部分消费者选择了异地下单,提前送到老家。

今年春节各地年俗的回归,也带动了线上线下年货市场的火热。电商平台“兔年”相关的商品备受青睐,不少将兔子形象与中国风元素巧妙结合的年俗商品,销售额大增。线下,各地年俗活动陆续在今年春节“回归”,逛花市、观灯会、打

扁担、舞狮拜年……从闽南小城到广西壮乡,随着更多人回乡过年,小城的年味更足了,本地年货市场也迎来销售高峰期。

春节旅游市场在“追暖逐雪”中渐热

多个平台近日发布的春节出游报告显示,2023年新春旅游市场渐渐回暖。“南下避寒,北上玩雪”打开了今年旅游市场复苏的前奏。

某旅游平台近日发布的《2023春节出游趋势报告》显示,自元旦以来,平台春节旅游产品咨询和预订量一直保持较高增幅,亲子家庭游客成为出游主力军,占比超过一半。跨省出行游客相比去年同期增长六成,上海、北京、广州、杭州、成都、武汉、无锡、苏州、南京、重庆等地居民出游热情最为高涨。

总体来看今年春节旅游市场“追暖逐雪”的需求趋势明显。“2022年12月以来,平台内关键词‘旅行’‘旅游’搜索量增长108%,搜索趋势最好的地方分别是三亚、西双版纳、大理、厦门、长白山等。”小红书相关工作人员表示,随着近年来冰雪运动受到追捧,长白山、哈尔滨、长春、张家口等拥有优质冰雪资源的地方也很受欢迎。

值得注意的是,今年春节出境游订单达到了过去三年的峰值。1月8日出入境新政策实施,飞猪数据显示,国际机票预订量同比去年增长超3倍,亚洲目的地预订量占比超五成。各航空公司也在近期纷纷宣布恢复并加密国际和港澳台航线供给。

“近来向我们咨询境外游的人明显多了起来,有消费者甚至开始为‘五一’劳动节出境游准备起签证事宜。”导游小钱表示,春节旅游市场是一个好的开始,整体旅游市场想要完全恢复的话还需要给人们更多的准备时间,“我们在耐心中充满了信心。”

2023年航天科技集团 计划安排60余次宇航发射任务 发射200余个航天器

新华社北京1月18日电(记者胡喆)载人空间站工程进入应用与发展阶段,空间站转入常态化运营模式,全面推进探月工程四期和行星探测工程,开展嫦娥七号、天问二号等型号研制,发射多颗国家民用空间基础设施科研卫星和业务卫星,完成长征六号丙运载火箭首飞……

1月18日,中国航天科技集团有限公司发布《中国航天科技活动蓝皮书(2022年)》。蓝皮书显示,航天科技集团2023年计划安排60余次宇航发射任务,发射200余个航天器,开展一系列重大任务。

航天科技集团有关专家介绍,航天科技集团全年宇航发射和飞行试验次数持续保持高位,呈现高密度常态化特点,长征系列运载火箭累计发射次数将突破500次,其中,重大工程任务依旧繁重,要完成天舟六号、神舟十六号、神舟十七号3次发射任务,不断提高进出太空、利用太空、探索太空的能力;北斗三号全球卫星导航系统将完成3颗备份卫星发射,进一步增强系统可靠性;将发射风云三号06/07星、环境减灾二号06星、高轨20米SAR卫星、新一代海洋水色观测卫星、中星26号、中星6E、澳门科学一号A星等,让航天技

术更好服务社会民生和国民经济发展建设;航天科技集团“新一代商业遥感卫星系统”将加速推进建设,今年计划再发射7颗四维高景系列卫星。

据悉,航天科技集团今年还将实施宏图一号、吉林一号、吉利星座、微厘空间北斗低轨导航增强系统组网星等商业发射任务,公开发布火箭运载余量信息,向商业用户提供发射和搭载机会,为各类客户提供快速、稳定、可靠的“一站式”发射服务。

航天科技集团的研制应用任务也持续保持高强度,今年将全面推进探月四期和行星探测工程,开展以嫦娥七号、天问二号、静止轨道微波探测卫星等为代表的多个型号研制工作,完成多项商业航天和整星出口合同履行工作;面向国家重大战略和经济社会发展需要,不断推动卫星应用融入新兴领域,支持重点区域经济发展;在北斗领域实现北斗应用向系统集成和增值服务延伸,继续深耕民航,拓展能源、应急等关键行业;发挥天地一体化优势和卫星通信、导航、遥感综合应用优势,聚焦行业和地方政府智能化升级契机,构建一体化的产品体系和业务综合应用解决方案。

三部门联合提醒告诫 部分铁矿石贸易企业和期货公司

新华社北京1月18日电记者18日了解到,近日,国家发展改革委价格司、市场监管总局价监竞争局、证监会期货部组织部分铁矿石贸易企业和期货公司召开会议,分析铁矿石市场和价格形势,详细了解有关企业参与铁矿石现货和期货交易情况,提醒告诫有关企业依法依规经营,不得编造发布虚假信息,不得选择性引用数

据和信息、故意渲染涨价氛围,不得捏造散布涨价信息,不得哄抬价格,不得过度投机炒作。

国家发展改革委、市场监管总局、证监会将持续密切跟踪市场动态,进一步研究采取措施,加大现货和期货市场监管力度,严厉打击过度投机炒作等违法违规行为,切实维护市场秩序。

我国将适时开展 智能网联汽车准入试点

新华社北京1月18日电(张辛欣 常容轩)工信部总工程师田玉龙18日在国新办发布会上表示,我国新能源汽车已进入全面市场化拓展期,工信部将加强政策供给,建立新能源汽车产业发展协调机制,落实购车税、车船税、牌照等支持政策,适时开展智能网联汽车准入试点。

会上发布的数据显示,2022年,我国新能源汽车产销分别完成705.8万辆和688.7万辆,同比分别增长96.9%和93.4%,连续8年保持全球第一。新能源汽车新车销量达到汽车新车总销量的25.6%。

市场规模领先的同时,产业加快技术创新步伐,配套环境日益优化。会上发布

的数据显示,量产动力电池单体能量密度达到300瓦时/公斤,截至2022年底,全国累计建成充电桩521万台、换电站1973座。值得一提的是,2022年自主品牌新能源乘用车国内市场销售占比达到79.9%,同比提升5.4个百分点;新能源汽车出口67.9万辆,同比增长1.2倍。

田玉龙表示,工信部将研究明确新能源汽车后续支持政策,深入推进换电模式应用和燃料电池汽车示范,启动公共领域车辆全面电动化先行区城市试点,发挥龙头企业和国家制造业创新中心作用,加快新体系电池、车规级芯片、车用操作系统等技术攻关和产业化,推进“车路云”一体化发展。



人间烟火处,年味正浓时。春节临近,全国各地的人们忙着办年货、备美食,丰富别致的特色传统美食里寄托着人们对美好生活的期望。

1月17日,山东省青岛市城阳区红岛街道观涛社区的居民在制作传统花馍,花样别致的花馍寓意美好生活“蒸蒸日上”。

新华社发 王海滨 摄

