

年货经济具有一定的风向标作用,年货经济繁荣和健康消费需求的旺盛,将为全年消费增长奠定良好基础

年味渐浓,年货经济孕育消费新动能

本报记者 李国

春节临近,年货市场越来越红火,线上线下,处处洋溢着过年的喜庆气氛:中国结、红灯笼、熏肉腊肠、瓜果蔬菜,尤其年味满满的兔年春联、栩栩如生的兔子玩偶、红红火火的“兔元素”服饰,深受大众欢迎。

我们的记忆当中,年货是属于瓜果糖茶的记忆,超市、菜市场留下了采办年货的足迹。随着经济的飞速发展,年货慢慢“进化”至数字藏品、坚果礼盒、预制菜等新潮产品,满足各类人群的需求。

年货经济一般发生在新一年的开始,具有一定的风向标作用,年货经济繁荣和健康消费需求的旺盛,将为全年消费增长奠定良好基础。天眼查数据显示,目前我国有坚果相关企业71.7万余家,预制菜相关企业6.4万余家,成为拉动消费增长的新动能。

年货经济背后,反映的是实实在在的消费升级,有利于进一步扩大消费占GDP的比重,促进GDP的高质量发展。

东西南北中 喜好各不同

挥别旧时光,憧憬好日子,年货买的是幸福,讲究的就是那份独特的年味。眼下,线上线下的年货节正如火如荼展开,天南海北的特色珍馐、非遗美味竞相借助电商平台走向千家万户。

“我们的百货商品不仅在线下卖得好,在重百云购上下单,最快隔日即能送到家,销售额也占比不小。”重庆百货新世纪商场负责人1月8日告诉记者,元旦以来,服饰、化妆品等商品持

新年重点工程建设忙

1月6日,位于安徽省马鞍山的中国宝武马钢集团“十四五”规划新特钢项目建设现场一派火热。工程建设者们脚足干劲,奋力冲刺一季度关键节点。

罗继胜 摄/人民图片

民营航天还要再出发

本报记者 车辉

近日,一则消息引起了国内航天迷的关注:我国在酒泉卫星发射中心执行朱雀二号民营商业新型运载火箭首次飞行试验任务,火箭一级、二级主机飞行正常,二级游机工作异常,发射任务失利。具体原因正在进一步分析排查。

这枚火箭是蓝箭航天研制的,这是一家民营企业研制的火箭,最终没能拿下全球首枚实现入轨的液氧甲烷火箭桂冠。

很多人认为,这枚火箭发射完成了70%乃至80%的过程,探索总是需要付出代价。据了解,民营商业航天公司液体火箭首飞,很多都以失利告终,SpaceX、Rocket Lab、维珍银河、Astra、Firefly首飞都失败了。

面对失败,除了吸取教训,更多也要报以宽容的态度,允许创新的尝试。作为我国首款液氧甲烷火箭,朱雀二号不仅在中国民营商业运载火箭发展史上占有一页,也是人类首次挑战液氧甲烷火箭这项新技术。从结果上看,这次发射试验固然未能取得预期中的成功,但也绝非白白失败。不论是这次发射积攒的经验与数据,还是火箭升空过程对液氧甲烷燃料安全性、可靠性的验证,都在为中国民营航天事业铺下新的前进道路,使其向着成功更进一步。

据介绍,蓝箭这次发射,还是验证了大多数系统的工作可靠性:从飞行任务上看,火箭已经完成起飞、一、二级分离、抛整流罩、二级主机关机等多数关键动作,只因游机异常没能完成入轨;从系统上看,火箭技术路线和总体设计方案、箭体结构、主发动机、控制系统、发射场保障系统、测量系统等都通过了验证。

对蓝箭,真正的考验还在后头。去年5月,由另一家民营商业航天公司星际荣耀研制的双曲线一号运载火箭出征受挫,也令人遗憾。苦涩之外,失败更是成功之母。

火箭发射真正的是系统工程,魔鬼在于细节。一枚火箭涉及万千零件和工作,但凡有一环节稍有差池,都会功亏一篑。这项事业更能代表创新的艰难和勇气。我国的民营航天事业并未挑起重担,起步也稍晚,但现在正在快速发展,在一些领域成为国有航天领域的补充。

随着科技进步与社会经济发展,火箭发射成本特别是民营火箭发射成本必然越来越低,应该允许中国民营航天事业不断探索与试错,努力尝试。对于民营航天从业者来说,也要打鼓鼓精神,认真复盘失败原因,总结教训,需要知道的是:路平坎坷成大道,斗罢艰险还要再出发。

阅读提示

以年货经济为主导的新消费模式,将引导更多的厂家积极创新,不断投入到年货市场的开发当中。年货经济背后反映的是实实在在的消费升级,目前年货经济还有很多潜力有待发掘。

续热销,网购成为越来越多人购买年货的新时尚。

京东新百货销售数据显示,北京人买走了全国近两成的黄金转运珠,上海用户偏好高品质珍珠,江苏用户尤其喜爱20~50g不等的大克重金饰,如古法传承系列万元金手镯,在婚嫁、礼赠等场景需求旺盛。

年货节期间,川渝地区奢侈品钟表热销,其中腕表增长超12倍,儿童保暖、奢侈品和美妆同样消费力旺盛。湖北用户对夹棉家居服有着同样的高需求,搜索量同比增长都超过了200%,儿童拜年服搜索量同比增长则高达5倍,老年唐装同样是该区域最热销品类之一。

电商平台“创新”年货之路

连日来,随着各地经济复苏启动,年货节也作为岁末年初的重磅活动袭来。在各大电商平台上,各类花式好货已被呈递到消费者眼前。

记者从零售平台美团获悉,1月4日起,全国试点地区的消费者均可上美团搜索“数字人民币”,领取“团圆好彩头”兔年新春礼包,这是数字人民币借助佳节进一步融入百姓生活、提振民生消费的新动作。

1月5日,贵州茅台首次举办巽风数字世界线上发布会,发布兔年生肖酒,首次引入数

字藏品。茅台集团党委书记、董事长丁雄军称,茅台与网易共同研发巽风数字世界,不仅开启了一场传统和现代融合的数字革命,更是茅台在数字经济领域探索新模式、开辟新赛道、构建新格局,助力高质量发展、现代化建设的有益实践。

在电商平台的助燃下,国潮受追捧,经典再流行。以前消费者想品尝狗不理包子,要到天津城各个门店购买,近几年,以拼多多为代表的电商玩法变化明显,多个电商平台均采用了“一件即可立减”的优惠规则,相较之前复杂的规则均都有了极大的简化。

此外,天猫年货节还联合中国老龄事业发展基金会共同发起“一页纸计划”,呼吁商家对商品说明书进行适老化改造,将繁杂难懂的说明书升级为针对重点功能清晰简述的“X步骤”简化版使用说明,让长辈们也能无障碍使用高科技。

如何挖掘年货经济的潜力？

“年货经济作为一种消费业态,因释放巨



商圈人气“聚”起来 夜间消费“火”起来

“夜经济”点燃城市烟火气

本报记者 吴泽思 通讯员 霍然

香气扑鼻的烤肉、烤包子、烤串……令过往行人忍不住停下脚步来上几串、吃上几个。日前记者来到新疆喀什市汗巴扎夜市,只见烤肉、烤串、羊蹄、牛蹄、羊头肉、羊杂碎、面肺子、米肠子、黄面等,让人目不暇接,古城里的居民和来自各地的游客在热气腾腾的烟火气中品尝着各种美食,感受不到冬季的严寒。

虽然已是寒冬时节,但在新疆乌鲁木齐、伊宁市、喀什市等地的夜间文化和旅游集聚业态重新焕发了活力,同时还将在文化与夜间产品深度融合上作文章,将浓厚的年味、传统文化融入其中,让夜经济红红火火“过冬”。天眼查数据显示,目前新疆地区共有夜经济相关企业2.1万余家,2022年新增企业4400余家,月平均增速达33.2%。从地域分布来看,乌鲁木齐、喀什以及伊犁位居前列,分别拥有3870余家、3220余家以及2750余家。乌鲁木齐经济增长的拉动作用进一步增强,显示出潜力大、韧性足、热度高的消费特色。

夜经济火爆

入夜后,乌鲁木齐大大小小的商圈、夜市流光溢彩,不少游客和市民在这里品味时尚、乐享美食。有声有色的夜经济,让冬夜的乌鲁木齐充满烟火气。

来自乌鲁木齐汇嘉时代广场、CCMALL时代广场、天山万科广场等各大商场的统计显示,自去年11月以来,各大商场延长营业时间,创新餐饮、健身、娱乐等多种夜间经济新业态,营造有温度有特色、安全有序便捷的消费氛围,提升消费体验,促进商场夜间营业额占到全天的28%。

夜经济火爆的喀什南湖路“美食街”,重拾往日美好“食”光。冬季的寒冷,阻挡不了夜经济的火热。“各类新鲜的食材摆满了橱柜,我和亲朋好友尽情吃了顿久违的火锅,感受到了舌尖上的快乐和亲朋好友相聚的美好。”市民苏女士开心地说。

记者走进新疆墨玉县凯旋汇文旅美食街,虽已夜幕降临,但美食街却灯火通明,浓浓的烟火气迎面而来,来自各地的游客在这里购物、品美食、赏夜景。

如今,夜经济在墨玉得到了快速发展,规模化室内新夜市、开放式露天文旅美食街夜市、室内外零散夜市摊位已经成为造福当地群众、带动群众创业、就业的重要产业。

提升活力和潜力

在南疆阿瓦提县文旅夜市,游客感受到的不仅有味觉盛宴,更有视觉上的冲击。阿瓦提县刀郎文化旅游有限公司副总经理完颜晨光介绍说,大力推进夜间经济与文旅发展相融合,不定期举行各类表演,在丰富大家文化生活的同时,提供一个良好的就餐环境,让夜间经济健康发展。

当前,喀什市在室内打造新场景、新形态、新玩法,各大商超等也在增设夜场,举办特色活动,吸引游客。元旦、春节、元宵节等节日,还将在文化与夜间产品深度融合上做文章,将浓厚的年味、传统文化融入其中。

夜晚,乌鲁木齐国际大巴扎一派热闹的景象,步行街上的二楼是演艺节目,新疆特色歌舞穿插进了小品《阿凡提故事》表演中,让前来体验新疆特色美食的市民和游客眼前一亮。

“为了丰富大巴扎的夜晚元素,我们新设计增添了彩灯、时光隧道、人体打印机、‘我在新疆国际大巴扎等你’等文化创意。特别是

大消费潜力营造浓郁过年氛围而日益火爆,能在一定程度上促进城市的繁荣和发展。”重庆工商大学莫远明教授表示。

他认为,目前年货经济存在疫情下消费购买力下降、个别商家去库存价格虚高以次充好诱导促销、快递超负荷运转引发服务质量不高等问题,还有很多潜力有待发掘。从未来品质消费升级需求来看,进口商品占比仍有待提高。此外,服务消费占比偏低。“因此,年货经济不能忽视服务的供给能力,文化、娱乐、休闲、体育、健康等多个领域增加供给,是繁荣年货经济的重要抓手。”

“在物流通信等硬件设施已较全面普及的情况下,应进一步加强软件建设,挖掘下沉市场、年轻一代对本土产品和健康消费领域中的潜在消费者和市场。”苏宁金融研究院高级研究员陶金建议,年货经济应加大对电商、配送等新模式和金融服务在乡镇下沉的政策鼓励,将新业务在城乡间进行更同步的普及。

商务部研究院电子商务研究所副研究员洪勇则建议,各大电商平台应积极关注我国消费结构升级、消费模式创新的趋势,协助商家开拓直播电商、跨境电商、元宇宙电商等新业态新模式,持续优化物流体验,提供送货上门、送装一体等个性化年货服务。

“近年来,年货经济规模越来越大,每年都有新亮点、新趋势,孕育巨大消费新动能。新消费时尚会传导到上游供给端,促进供给结构优化,实现产业和消费双升级。”中国贸促会研究院国际贸易研究部主任赵萍表示,以年货经济为主导的新消费模式,将引导更多的厂家积极创新,不断投入到年货市场的开发当中。

市场观潮

本报记者 赵昂

今年一些网络平台的跨年晚会上,虚拟偶像的出现,得到了许多网友的欢迎,虚拟偶像产业也得到了业界的进一步关注。

天眼查数据显示,我国目前的虚拟人相关企业数量已超过57万家。包括虚拟偶像在内,虚拟人的火热,由此可见一斑。当然,在整个虚拟人产业中,虚拟偶像的吸金能力,无疑是最吸引投资者的。

虚拟偶像会发展到何种程度,会不会超过甚至取代真人偶像?事实上,这样的讨论,在偶像经济较为发达的国家,在数年前就发生过,而在讨论过程中,虚拟偶像的数字技术水平也在不断提升,吸引力也不断增加。但以目前的产业模式来看,大部分虚拟偶像,对于整个偶像团体乃至整个运营公司而言,仍处于“锦上添花”的状态,未能在影响力和盈利能力上成为主力。

要知道,偶像产业本身,也存在着相对完整且复杂的产业链,涉及多方。产业链上游为偶像打造,既包括技术类企业,也包括绘画建模和打造文本的文化企业,中游主要是内容投放渠道企业,下游则为各类衍生变现企业,既包括跨年晚会上的演出平台,也包括各类线上线下的周边产品。

之所以会出现如此庞大的产业链,是因为移动互联网时代与过去的电视时代相比,偶像打造模式已经大为不同,消费者更加多元,接收信息渠道的方式也更多。过去,打造一个偶像,在收视率较高的电视节目中高歌一曲就有可能实现,但当下则不然。一个偶像成为网红,背后往往需要一个多方人员构成、上下游产业链联动的庞大团队,真人偶像如此,虚拟偶像亦然。

而这其中最为核心的竞争力,则是虚拟偶像所具备的文化元素本身。毕竟,各类中游渠道和下游变现渠道,往往是多个虚拟偶像共同使用的,并无太多区别,区别就在于上游。

也就是说,虚拟偶像走红的过程,光有数字影像技术,光有虚拟颜值是不够的。偶像归根结底还是一个文化产品,虚拟偶像亦然。偶像需要打造自己的人设和标签,以对应上目标受众群体,而这一群体不仅要在喜好上与偶像的人设和标签契合,也要具有对应的消费能力,能够转换为偶像产业的目标消费群体。

换言之,打造虚拟偶像这个产品,需要在文化上多做文章,包括构成虚拟偶像人设和标签的各种设定和故事,包括虚拟偶像对应的文化作品,比如歌曲、动漫等,形成受消费者喜爱的IP,这些都需要一个专业的文化团队来设计并根据消费者需求不断优化。而这,也是当下部分虚拟偶像产品需要加强之处。

长沙“一路一园”工程获“国家优质工程奖”

本报讯(记者刘静 通讯员谢彤)近日,2022—2023年度第一批国家优质工程奖获奖名单出炉,由中建五局三公司市政分公司承建的长沙市望城区一路一园建设工程项目荣获“国家优质工程奖”。

据了解,该工程包括潇湘北路和月亮岛蓄洪保护生态区两个子项目,作为构建望城区滨水新城的主要交通体系和综合性生态公园,是加速滨水新城经济发展的重大工程,现已成为承载城市公共活动,传承城市文脉的核心场所。项目推广应用了“建筑业10项新技术”中的10大项、共29个子项新技术,应用了8项自主创新技术,获得国家级QC成果4项,省部级工法8项,实用新型专利8项,通过湖南省建筑业新技术应用示范工程验收,达国内领先水平。

据悉,潇湘北路作为望城区连接长沙市主城区的重要主干道,项目建成后将对改善区域路网、优化交通环境、提升城市功能,加快基础设施建设和开发,推动城市外延和经济发展具有重要意义。月亮岛蓄洪保护生态区是集休闲、生态、文化和科普多功能为一体的门户公园,对改善城市生态环境、建设生态长沙、提升投资环境,加快城市化进程和促进城市发展具有重要意义。

同比增长23%,吉林大华外贸收入创新高

本报讯(记者柳姗姗 彭冰 通讯员陈凤海 金玉华)1月3日,记者从东北工业集团吉林大华机械制造有限公司获悉,2022年,该公司主动克服疫情等不利因素带来的影响,研制生产的汽车飞轮总成和齿圈产品分别实现出口274万套和163万套,外贸收入同比增长23%,创历史新高。

吉林大华作为汽车飞轮总成和齿圈产品的生产企业,生产的铸铁飞轮、挠性飞轮和双质量飞轮总成系列产品不仅畅销国内,还深受国外客户的青睐,供货范围覆盖南美洲、北美洲、欧洲和亚洲四大洲19个国家和地区的30多个OEM客户和工厂。

2022年,受国内疫情持续、汽车市场“缺芯”、原材料价格攀升等多重不利因素影响,吉林大华积极应对外部环境 and 市场新变化,千方百计提产能、保发运、强化质量提升、落实安全生产。疫情期间,为保障订单、保交付,该公司积极组织防疫要求的员工驻厂封闭生产,每天工作都在12个小时以上,产能得到快速恢复。同时,积极主动与交通部门和商务部门协调保供绿色通道,确保原材料和成品货物顺利流通。

为保障产品按期交付,吉林大华全力应对,克服时差困难,以“7+24”全天候模式积极与客户沟通订单及存货,协调海运仓位、陆运列车,以便客户可以根据实际供货情况及及时调整订单,避免任何停线风险。

打造虚拟偶像产业既需技术也需文化