

春节将至，城乡居民热热闹闹办年货——

年货消费带火了哪些全球好物

本报记者 孔德晨

腊月已至，年味渐浓。近日，许多跨境电商平台、线下商超开启“年货节”，为消费者带来全品类年货好物，将龙年氛围感“拉满”。

得益于跨境物流和跨境电商的发展，中国市场的年货供给更加丰富多元，不少消费者希望以更实惠的价格买到优质进口商品来丰富自己的“年货清单”。哪些全球好物更受消费者青睐？今年的年货节有何不同？记者进行了采访。

买点啥过年

——“全球甄选”火了，集合来自全球各地的海鲜肉类坚果等组合装受到青睐；“新春潮品”成年轻人的年货偏好

来自不同国家产地坚果的集锦礼盒、全球知名产地的猪牛羊肉套组、海鲜套餐……区别于传统的“烟酒糖茶”，年味“飘香”了更多的进口好物。

先看食品类——

在盒马鲜生北京金源店，新鲜的特大俄罗斯帝王蟹、波士顿龙虾吸引了记者目光。正在选购的崔阿姨告诉记者，每到年前，她都会购买一只帝王蟹，当做年夜饭主菜的摆盘“C位”。“这么大一蟹摆在年夜饭正中间，看着喜庆热闹，也是一道难得的美食。”崔阿姨说。

挪威三文鱼、冷冻生南美白虾、红帝王蟹腿、泰国活冻黑虎虾等深海海鲜，搭配了西班牙伊比利亚黑猪五花肉段、澳大利亚安格斯黑牛肉眼厚切牛排、澳大利亚M9纯种和牛肉等的全球猪牛羊肉套组礼盒，也颇受消费者欢迎。

不少品牌推出了“全球甄选”坚果礼盒。“过去坚果类年货中占据大头的是国产品牌，选用的也大多是国内产地的坚果。”物美北京双井店店员说，“‘全球甄选’坚果礼盒是来自不同国家产地坚果的集锦，在原产地和品种上都与过去常见的坚果品类有所区别。不少消费者觉得，这样的礼盒更有‘来自全球’的氛围感。”

再看非食品类——

微单相机、乐器、户外运动装备是今年95后消费者的春节“新三样”。得物App有关负责人告诉记者，数据显示，今年1月以来，得物App上吉他的销量同比增长近2倍，微单相机同比增长了5倍多，羽毛球、登山鞋等运动装备也有数倍甚至十倍增长。“‘新春潮品’成为年轻人的年货偏好。”该负责人说，“Nike推出的Year Of The Dragon白仙人掌球，单款鞋短时间就售出近万双；乐高的龙年新年拼装积木，推出仅两周，收藏人数也已数千。”

进口商品更是大量地出现在春节礼物清单中。

在APRIL GOURMET绿叶子超市北京嘉里商场店，店员刚送走一位订购了8000多元西班牙火腿的顾客。她告诉记者，这位顾客专门购买西班牙火腿，送给十位朋友。“因为是冷藏产品，店里立刻叫了闪送直接保鲜



▲近日，宁夏银川举办年货购物节，130余家参展商携多地文创礼品、农副产品、干果小吃、家居用品等特色年货供市民选购。据了解，本次购物节将持续至2月5日。图为购物节现场。新华社记者 冯开华摄



配送。其他礼盒、年货等店里也可以提供时选时发的快递、闪送服务。”该店员说。

记者来到Ole'精品超市北京合生汇店，店员告诉记者，进口食品中，来自西班牙、德国、瑞士、比利时的巧克力，澳大利亚、法国、德国等地的红酒、洋酒，意大利、丹麦的饼干套盒，智利车厘子、日本阳光玫瑰葡萄、新西兰黄金奇异果、智利猕猴桃、美国苹果、越南榴莲、秘鲁青提等进口水果是消费者经常选购的年货商品。“包装精美、大气上档次的产品广受欢迎。”该店员说，“进口水果、高端白酒洋酒是消费者经常选购用来送礼的品类。”

在这里，记者还遇到了购买加拿大小麦粉用来包饺子和面的李阿姨、购买新西兰成人奶粉的王女士、购买澳大利亚澳琳达蜂胶胶囊等进口保健品的刘阿姨……

“选购进口年货是近年来中国进口需求逐渐扩大的一个缩影。”商务部研究院流通与消费研究所所长董超对记者说，“限时供应的进口水果、来自标志性产地的精选干货和限量

版的高档酒水等广受欢迎，表明高端食品消费显著增长；此外，进口消费普惠、银发经济崛起的趋势下，黑科技美容仪、按摩仪、植物染发笔等更健康、更具科技感的‘新年货’成为年轻人春节送长辈的首选佳品。进口好物已融入人们的日常生活。”

有啥新产品

——聚焦健康、精致的消费需求，半成品、预制菜开启了新一轮改良

不少年货新品类脱颖而出，受到消费者青睐。

食品品类中，来自西班牙的核桃油、俄罗斯的沙棘籽油等聚焦健康需求的产品引起消费者选购热潮。

过去，进口橄榄油是常见的年货，西班牙、意大利、希腊是橄榄油的主要产地。近



▲顾客在2024第七届呼和浩特年货博览会上采购法国红酒。丁根厚摄（人民视觉）

▲北京华联集团精品超市北京skp店入口处的年货区。唐敏安摄



“忙中精致”的消费需求。

以进口原材料为食材的半成品菜走俏，既好吃又有“排面”，“卷”动了预制菜市场。

记者在盒马鲜生北京金源店看到，盒马自营的裹粉帝王蟹块、蒜蓉帝王蟹腿、黑松露芝士帝王蟹腿、避风塘老虎蟹配法式蒜香黄油龙虾等进口海鲜类半成品菜颇受消费者欢迎。店内员工告诉记者，帝王蟹均为巴厘支海远洋捕捞，船上熟冻运至国内；老虎蟹则来自阿曼达海域，鳌龙虾选自加拿大，“主打一个‘有面儿’、高端”。

与往年不同，“高复原率”成为今年预制菜、半成品菜的关键词。复原率是企业研发产品中的一项指标，如今被越来越多的预制菜企业用来描述预制菜口感与堂食现做菜肴的相似度。在近日由上海市食品安全工作联合会牵头组织的“预制菜复原率测试”中，盒马有四道菜获得金奖，黑松露芝士帝王蟹腿榜上有名。

盒马有关负责人告诉记者，今年盒马的大菜还为消费者准备了“摆盘说明”。“以龙腾虎跃为例，食材采用了一整只波士顿龙虾和6只阿曼达老虎蟹，是年夜饭桌上堪当‘C位’的大菜，考虑到消费者有‘晒年夜饭’的社交需求，我们细化了这道菜的复热顺序和摆盘标准，让大家能够复原菜品口味的同时也能复原出它的颜值。”盒马研发采购刘俊对记者说。

年货节“红红火火”

——各平台多措并举促消费，“洋特产”专场、进口商品低价折扣充分激发年货消费潜力

看线下，各地纷纷举办以进口为主题的年货节，红火态势蔓延全国。

在浙江义乌，2024义乌中国小商品城嘉年华购物节近日开启。此次嘉年华购物节主会场汇集了全球100多个国家和地区的15万种“洋特产”，购物节期间，进口商品城将全场大促销，同时推出多种特色活动。“一上午接待了60多个游客，很多都是冲着购物节优惠来的，美妆产品、清洁用品、零售比较畅销。”进口商品城泰国馆老板娘楼筱丽说。

在广东，一场联动东盟各国的跨年电商节暨2024网上年货节系列活动近日拉开帷幕。本次活动联动柬埔寨、老挝、马来西亚、缅甸、泰国、越南等6国驻南宁总领事馆，精选广西特色地标产品及东盟国家特色商品，开展东盟进口年货大促、RCEP好物专场促销等多场促销活动。

看线上，淘宝天猫、京东等主流电商平台的年货节近日开启，以跨店满减的优惠方式为主，激发新春消费市场潜力。

京东有关负责人介绍，作为京东旗下进出口商品一站式消费平台，京东国际同步开启以“全世界的中国年”为主题的年货节活动，不仅推出跨店满减、进口礼不止5折等优惠，还开展了一系列特色主题的京东采销直播活动。

淘宝、天猫App的年货节主会场，均以“低价”作为关键词。天猫设置了跨店满减和官方立减两种方式，相比去年，本次满减权益的力度更大。淘宝百亿补贴推出新一轮加码狂补清单，包括智利车厘子、厄瓜多尔大虾等全球尖货。以智利车厘子为例，年货节期间，5斤礼盒装智利进口2J级车厘子仅售174元起，折合每斤34.8元。

近日，商务部会同中央网信办、工业和信息化部、市场监管总局、国家邮政局和中国消费者协会共同指导举办的“2024全国网上年货节”拉开帷幕。商务部新闻发言人何亚东介绍，年货节活动将持续到2月17日，也就是正月初八。

作为“消费促进年”的首场线上重点活动，本届年货节将把各地、各电商平台和商家的线上促销活动“串珠成链”“集链成群”，以更多更具特色的消费活动迎接龙年春节。根据商务大数据重点电商平台监测，网上年货节首日全国网络零售额达509.5亿元，比上年活动首日增长12.7%，年货消费亮点频现。

“年货节期间，各平台多措并举促消费，有利于充分激发消费潜力。”董超说，“今年年货节在保持大规模促销力度基础上，更加强调文化内核与品牌内涵的塑造，并适应市场变化，满足消费者的精细化、个性化需求。”

持续释放消费品进口潜力

杜夏依

2023年以来，我国消费市场持续恢复向好，消费品进口稳步增长，成为消费升级的重要驱动力。近期，年货节等促消费活动中进口商品品类的增加，不仅有效满足了人民群众的年货需求，更体现了“全球购”在稳住消费基本盘中的重要作用，彰显了我国不断扩大开放的坚定决心。

为助力打通海内外两个市场、满足消费者的进口消费需求，跨境电商平台应再下功夫。

——打造跨境电商品牌集聚。积极打造跨境电商品牌交流平台，强化企业间多渠道、多形式合作与交流，加强信息共享和互惠互利。通过消博会、进博会等重点国内展会，加强进口商品展销和产品质量提升，提升本国跨境电商的品牌影响力和市场竞争力。

——大力发展智慧物流。平台应当重视自身智慧物流的发展，引进先进技术，与已经开发智慧化路线的平台以及企业加强合作，做好相关配套设施建设，扩大供应链覆盖面积以及海外仓仓储面积，引进智慧物流人才，配备智能机器人等，依托“互联网+物流”模式，与国际跨境电商巨头开展合作，开拓新物流渠道。

——优化国际市场布局。扩大与共建“一带一路”国家经贸合作，依托“丝路电商”、“中欧班列”等，把共建“一带一路”国家作为重点进口来源地，扩大水产品、蔬果、特色手工艺品等进口规模，满足人民群众消费升级需求。

2024年，扩大内需政策在着力稳住消费基本盘的同时，要适应消费增长新趋势，培育壮大新型消费，提振大宗消费。其中，继续释放消费品进口潜力、提振进口消费是不可或缺的一环，应从以下几方面入手：

一是提升进口便利化水平。以消费需求升级推动产业结构升级。大力推进进口贸易促进创新示范区建设，制定各类旨在支持扩大进口的政策措施，切实简化进口环节监管程序，有效降低进口环节制度性成本。

要注重发挥各类进口展会平台的作用，通过设置高

端消费品展区、优化进口商品市场布局、拓宽进口产品营销渠道等方式，加大引进优质海外产品的力度，充分发挥消费进口的需求创造效应，引导国内消费需求向个性化、绿色、智能等高端消费转型，以高质量外部供给加速消费升级正向循环，通过示范效应和竞争效应激励国内企业增加研发投入，将资源更多投入高质量产品生产，拉动国内产业结构升级。

二是培育国内新兴消费需求。消费品进口占比逐年提升有助于发挥本土超大规模市场的优势，有利于做大做强新兴消费市场，进而催生新行业、新业态、新模式。

要利用好进博会、消博会等展会平台，增加海外创新产品的曝光力度，丰富海外创新产品的消费场景，引导国内市场形成以个性化、多元化为特征的特定消费圈层和

群体。

积极培育新兴消费需求，使之成为新的经济增长点。不断完善市场监管、加强政策支持，如加强知识产权保护、加大创新产品减税力度、增强消费保障维权渠道等，促使新兴消费形成较大市场规模。

注重提高国内供给与新兴消费需求的适配度，引导企业精准对接新兴消费需求，形成以定制化、柔性化为特征的生产经营模式，为新业态发展壮大奠定坚实基础。

三是推动跨境电商创新发展。鼓励有条件的企业在大中城市开设跨境电商体验中心，探索“线下保税展示+线上扫码引流”零售等业务新模式，探索扩大跨境电商出口拼箱“先查验后装运”模式，将更多国内消费需求旺盛的商品纳入进口清单。

（作者为商务部国际贸易经济合作研究院流通与消费研究所助理研究员）

