

春节假期餐饮消费烟火气升腾

本报记者 李静
见习记者 梁傲男

春节假期期间,促消费政策叠加假日效应,餐饮、零售消费市场热力十足。各大餐饮企业结合春节主题推出特色菜品,为市民游客的节日餐桌增添浓浓年味。热门餐厅前排起长龙,门店爆单的火爆景象随处可见。

据商务部数据,2025年春节假期前四天,全国重点零售与餐饮企业销售额同比提升5.4%,重点监测的餐饮企业营业额增长5.1%。

汕头某老字号特色餐厅的负责人向记者介绍:“春节假期前三天,我们一天就要接待上千桌食客,一共卖出了超2000份非遗团团圆圆套餐。”位于北京市中心的一家老字号餐厅负责人也向记者透露,今年春节的生意格外红火,年夜饭预订早早满员,春节假期期间每天都处于爆满状态,假期营业额同比增长超30%。

记者走访发现,假期期间生意火爆的餐饮

店铺不在少数。主打年夜饭套餐、家庭聚餐的餐厅更是“一位难求”,部分餐厅甚至需要提前一个月预订。

大年初一,记者来到北京市大兴区一家海底捞火锅店,店内人声鼎沸。店长表示,今年春节期间,门店客流量较去年同期大幅增长,翻台率也相当可观。四川海底捞餐饮股份有限公司相关负责人表示,从除夕到大年初六的七天里,全国海底捞火锅共计接待顾客超1000万人次。

呷哺呷哺餐饮管理(中国)控股有限公司(以下简称“呷哺集团”)旗下的呷哺呷哺品牌全国门店销售成绩有所提升,除夕前后3天年夜饭套餐预订量超过2万份。另一特色火锅品牌凑凑在今年春节假期的客流量同比增长约20%。呷哺集团副总裁张艳梅表示,为了让消费者更好地享受春节团聚的美好时光,呷哺集团不仅产品接连上新,还举办了跨界联名、消费抽奖、积分兑换等多种促销活动回馈消费者。

美团酒店相关负责人表示:“相比往年,今年春节假期在酒店订年夜饭的消费者明显增多。其中,八人至十人的酒店年夜饭套餐最受消费者欢迎。”

广东省食品安全保障促进会副会长朱丹蓬表示,春节假期的消费热潮,为餐饮行业带来了新的发展机遇,也为整体经济注入了活力。在消费升级、文旅融合等多重因素的推动下,2025年餐饮行业将迎来更为广阔的发展空间,为经济增长持续贡献力量。

福州公策公关咨询有限公司合伙人詹军豪表示,2025年餐饮市场消费有望持续火热。一方面,随着人们生活水平的提高和消费观念的转变,消费者对餐饮品质、服务体验的要求不断提高;另一方面,文旅热为餐饮市场带来了新的机遇。



上图为新能源汽车品牌活动吸引众多消费者
向炎涛/摄
右图为消费者正在斗南花市挑选鲜花
李如是/摄

实探“亚洲花都”云南斗南花市: 客流量销售额齐增 小鲜花“串起”大产业

本报记者 李如是

大年初六,《证券日报》记者来到被誉为“亚洲花都”的云南斗南花市,这里游人如织,既有当地居民来逛花街、赏鲜花,也有外地游客专门来买花拍照。小小鲜花不仅带动了鲜花产业链的发展,还串起花卉旅游、冷链物流等多个产业。

据昆明国际花卉拍卖交易中心(以下简称“KIFA”)数据,春节期间,鲜花销售火爆且销量呈逐步上升趋势。2月3日,鲜花全渠道交易量约为540万枝,较前一交易日大幅增长。

“航班中转,顺路来花市逛一逛”“我们每年新年都来,这里热闹,花也好看”“我们就是专门来这里打卡的,已经玩了好几天了”……多位游客怀抱鲜花对《证券日报》记者如是说。

在斗南花市主场馆,从鲜花绿植到特色美食,从传统手工艺品到时尚鲜花饰品,各式商品应有尽有。春节期间,许多游客来斗南花市购买心仪的“花年宵”,欣赏姹紫嫣红的年宵花,体验独特的花卉文化。

“春节期间由于花卉产量减少,目前价格有所上升。”花商尹先生对《证券日报》记者表示,“品质好的鲜花价格较高,如优质单头玫瑰‘高原红’已卖到了45元/把。”

涨价的鲜花并未“劝退”热情的游客。据KIFA资深拍卖师花小骏分析,春节期间,年宵花等鲜花迎来销售高峰,价格指数有所上涨,但“好花好价”的趋势进一步凸显。其中,颜色喜庆的红色系鲜花由于市场需求旺盛,价格出现较大涨幅;另外,复古色、粉色、白色系货品也因消费趋势的多元化,价格有明显上涨空间。

在一片花海中,除传统花卉月季、玫瑰大受欢迎之外,蕴含中国风元素的冬青、银柳、蜡梅、蝴蝶兰等花材,也深受消费者青睐。专卖牡丹菊的花商孙静对《证券日报》表示:“部分消费者对蕴含中华文化的梅、兰、竹、菊尤其喜爱,还有富贵典雅的各色牡丹,也是我们独有的花卉文化。”

KIFA一位工作人员对《证券日报》记者表示:“鲜花消费从小资消费逐渐转变为大众化消费,消费模式也更趋个性化,可购买的鲜花种类越来越广。对美好生活的向往带动了整个花卉产业链市场,推动鲜花种植和运输技术迅速发展。目前我国鲜花产量及产业规模正在不断扩大。”

我国鲜花消费市场已日渐成熟。斗南花市销售的产品不仅有鲜花,还有由干花做成的香包香囊,以特殊工艺定格的永生花,各色鲜花烹饪成的鲜花饼,鲜花深加工后制成的精油、手工皂、美容产品等。有业内人士对《证券日报》记者表示:“鲜花产业不再局限于传统鲜花销售,而是向更加广阔的领域延展,包括美容、食品、家居等多个行业。这不仅有助于稳定花农的收入,减少因季节性市场波动带来的风险,还促进了农村经济的多元化发展。”

电商平台及线下快递齐发力,斗南花市快递点堆满了打包好的鲜花纸盒,装满花束的小推车穿梭于推辆间,许多手拖行李箱、怀抱鲜花的游客正排队邮寄。

花团锦簇的背后,是专业农资种植技术的不断提升,是鲜花冷链运输的日益完善。例如,云南云天化股份有限公司对花卉专用肥不断进行改良;昆明市晋宁区国有资本运营有限公司与华为云计算技术有限公司签署战略合作协议,将搭建花卉AI育种实验室;东方航空物流股份有限公司已借助迈阿密航线,成功帮助云南鲜花销往美国迈阿密,打开新的业务空间。

新能源车企发力下沉市场 补能网络日益完善

本报记者 向炎涛

近年来,下沉市场(三四线城市)成为众多新能源车企发力的新阵地。

湖南省邵阳市步步高新天地商场的一层中庭,汇集了特斯拉(上海)有限公司(以下简称“特斯拉”)、上海蔚来汽车有限公司(以下简称“蔚来”)、深圳腾势新能源汽车有限公司(以下简称“腾势”)等新能源汽车品牌的展厅和上汽大众汽车有限公司旗下新能源汽车品牌ID.家族的门店。2月2日,记者在走访该商场时看到,某新能源汽车品牌正在展厅前举办演出活动,引发大量消费者围观,也有不少顾客上车体验。

蔚来展厅工作人员告诉记者,蔚来入驻该商场已经有半年多时间了,目前邵阳已有数百位蔚来车主。特斯拉展厅工作人员告诉记者,

特斯拉是在春节前一周入驻该商场的,“我们整个春节期间都没有休假,已经卖出100多辆汽车。”

邵阳市民王先生告诉记者,前两年想试驾特斯拉、蔚来等品牌的新车需前往长沙,现在在本地就可以试驾,这两年邵阳的新能源车肉眼可见地多了起来。

黄河科技学院客座教授张翔在接受《证券日报》记者采访时表示,我国新能源汽车已经形成规模效应,价格不断下探,对于下沉市场来说是巨大机遇。此外,多地推出一系列新能源汽车扶持政策,提升了消费者的积极性,对于车企来说,下沉市场已经成为新的增长点。

而随着新能源汽车渗透至下沉市场,补能基础设施不可或缺。

春节期间,记者在邵阳市某小区地下停车场看到,部分车主已经安装了私人充电桩。而

在农村地区,甚至有家庭安装了好几个充电桩。王先生告诉记者,自己在农村老家有院子,安装私人充电桩并不麻烦,充电便宜又方便。

打开“e充电”App可以看到,在邵阳地区,已经建立起较为完善的充电网络,在大多数商场、便民机构都有充电桩,部分中国石化加油站亦有充电桩。

上述蔚来展厅工作人员表示,目前,蔚来在邵阳有一座换电站,两座超级充电站,同时全市数百个第三方充电桩同样适配蔚来车型。根据蔚来发布的“加电县县通”计划,2025年6月30日前湖南省实现充电县县通;2025年12月31日前湖南省实现换电县县通。

业内人士表示,随着新能源汽车在下沉市场的保有量逐步提高,我国充电网络建设和布局将越来越完善,充电桩市场也将迎来更加广阔的发展空间。

增运力、强技术 快递企业多措并举保运输

本报记者 肖伟

春节假期,全国快递行业进入忙碌的“春运”模式。记者走访了解到,为确保春节期间快递业务的平稳运行,多家快递公司通过提升补贴、设置奖励、科学调配以及采用先进设备等措施,确保每一份年货都能准时送达。

在中国邮政速递物流股份有限公司长沙河西服务点,记者看到,快递包裹堆得如同小山一般,其中不乏彩电、冰箱、洗衣机等家电,快递员正忙着装车发货。该服务点工作人员向记者介绍:“以旧换新”政策大力促进了家电消费,春节期间快递数量的增加需要大量快递员留岗工作。公司采取派单费用补贴、设置奖励政策和轮休保障等措施,让大家感受到温暖与尊重。”

谢芝军是上海市兔喜快递超市的年轻店长,在国家补贴政策和中通快递股份有限公司(以下简称“中通快递”)的支持下,成千上万个像他一样的年轻人建立起末端驿站。“我来上海好些年了,今年春节我决定留下来,好好为社区居民做好快递服务,‘快递+超市’的模式既增加了收入,也让我在这座城市‘扎根’。”谢芝军说。

在“留住人”的同时,多家快递公司积极采用无人设备,建立智能调度平台,开发相关算法,通过提升工作效率,进一步保障物流畅通。

比如,在新疆,中通快递的无人机跨越山峦,将新鲜水果送往指定的货物集中点;在深圳的自动化分拣车间里,京东物流股份有限公司自主研发的包裹机器人将包裹准确装入指定货仓;在义乌的出口企业发货仓库里,圆通速递有限公司的快递员们手持智能终端,扫码接收当日达和次日达的货物。

得益于无人设备和智能调度系统之间的无缝配合,一把智能扫码枪就能揽收货物,一个订单号就能匹配运输工具和运输路线,一个手机智能软件就能查询货物流向、具体位置、签收情况和费用明细。

化肥上市公司春节“不打烊” 全力以赴助春耕

本报记者 李万晨曦

一年一度的春耕即将开启,化肥作为农资的关键组成部分,供应保障至关重要。春节假期,化肥上市公司“不打烊”,加大化肥、种子、农药、农膜等储备供应,筑牢春耕备耕根基,以实际行动守护农业丰收与粮食安全。

正月初六,《证券日报》记者来到位于湖北省荆门市东宝区的新洋丰农业科技股份有限公司(以下简称“新洋丰”),映入眼帘的是一派热火朝天的繁忙景象。在这里,生产不停歇,重点项目建设稳步推进,保供稳价助力春耕备耕,确保2025年春季“开门红”。

春节假期期间,记者在湖北凯龙化工集团股份有限公司子公司湖北凯龙楚兴化工集团有限公司(以下简称“凯龙楚兴”)的铵酸车间中控室注意到,工作人员全神贯注地紧盯眼前巨大的数字大屏,实时监控生产工艺指标。厂区内机器轰鸣声交织,各生产设备火力全开,正满负荷运转。

据凯龙楚兴相关负责人介绍,春节假期期间,凯龙楚兴共有500多人坚守岗位,将为企业增产1.2万余吨硝酸铵、复合肥等产品,产值达

到4000余万元,为2025年公司生产经营再创新高打下坚实基础。

假期期间,在湖北富邦科技股份有限公司(以下简称“富邦科技”)位于湖北省孝感市应城市的生产基地,记者一走进农化生产车间,便感受到扑面而来的火热生产氛围。多功能包裹剂、造粒改良剂、浮选剂、化肥防结剂等多条生产线火力全开。

“为确保春节期间订单能够顺利交付,公司近百位员工毅然放弃休假,坚守在各自的工作岗位上。凭借着全体员工的不懈努力,截至目前,所有订单产品均已按时、保质保量地送达客户现场。”富邦科技董事长、总经理王仁宗表示。

中国城市发展研究院农文旅产业振兴研究院常务副院长袁帅表示,多家化肥上市公司春节期间“不打烊”,不仅能稳固企业市场份额,还能保障农业生产农资供应、稳定价格,促进农业现代化,更能带动产业链的协同发展、增加就业岗位。

在农业生产领域,化肥的供应与价格始终备受关注。“目前来说复合肥价格比较平稳,我们从去年四季度就开始备货,各个生产基地以

及经销商仓储备货充足。”新洋丰相关负责人透露。

“随着农业绿色发展理念的深入推进,以及政策层面的积极引导,化肥控量增效新成趋势。”袁帅表示。

北京艾文智略投资管理有限公司首席投资官曹轍在接受《证券日报》记者采访时表示,为响应控量增效相关政策,肥料企业纷纷加大在新型肥料研发上的投入,促使更多资源向新型肥料技术研发倾斜,推动新型肥料技术不断进步。

凯龙楚兴上述相关负责人表示,公司在技术创新与产品升级方面成果显著,将推动产品结构调整和功能升级,使产品具有较强的市场竞争力和较长的生命周期,实现肥料绿色、高效和环境友好。

新洋丰上述负责人表示,控肥增效促使传统肥料企业更加精细化生产。“新的一年,新洋丰将继续秉持‘创新驱动,绿色发展’的战略理念,不断推进技术创新和产品升级。新型肥料产品的推出,将满足现代农业对高效、专用、环保、功能化肥料的需求。”新洋丰党委行政办公室副主任夏远鸣表示。

保健品市场持续火热 药食同源产品受追捧

本报记者 刘钊

2025年春节假期,保健品市场火热依旧,其中,药食同源类产品异军突起,成为消费者馈赠亲友、孝敬长辈的“新宠”。

《证券日报》记者走访发现,琳琅满目的保健品货架区,吸引了不少消费者驻足,选购走亲访友的礼品。“今年给长辈拜年,阿胶糕、黑芝麻丸比烟酒更受欢迎。”在山东青岛一家利群超市采购礼品的王女士告诉记者。

京东健康数据显示,京东年货节期间,平台燕窝品类成交额同比增长153%,以冬虫夏草、石斛、西洋参、鹿茸等为代表的参茸贵细品类成交额同比增长73%。另据天猫国际数据,天猫年货节期间,天猫国际上海海鱼油成交额同比翻倍,磷虾油成交增速达260%。

近年来,随着健康观念的普及,春节送礼送“健康”成为越来越多消费者的共识。不少传统中药企业推陈出新,推出的即食保健产品受到消费者青睐。

在北京丰台区的一家物美超市,正在寄送年货的张先生向记者展示其刚刚挑选的即食保健产品礼盒:东阿阿胶股份有限公司(以下简称“东阿阿胶”)推出的桃花姬系列、北京同

仁堂股份有限公司(以下简称“同仁堂”)的燕窝饮品等。像张先生这样的消费者并非个例,据拼多多年货节数据统计,药食同源类产品销量同比增长85%,其中30岁以下年轻群体贡献了52%的订单量。

在这场保健品消费变革中,即食化、零食化创新成为关键突破口。老字号企业纷纷推出免煮即食的养生单品,新兴品牌更是大胆跨界。

“药食同源产品的走红,不仅是商业现象,更是一场关乎生活方式、文化认同与产业升级的深刻变革。”艾媒咨询集团CEO兼首席分析师张毅对《证券日报》记者表示。

此外,春节假期保健品市场的另一大特点是年轻群体成为消费生力军。阿里巴巴发布的《年货节行业经营趋势报告》显示,年货节期间养生产品受到了越来越多消费人群的关注,其中,25岁至29岁的消费人群青睐鲜炖即食燕窝、阿胶糕、固元膏等产品。头豹研究院数据显示,中国养生零食消费者中20岁至40岁的中青年群体占比约60%,有望成为未来保健品市场的新增长点。

在保健品龙头企业汤臣倍健股份有限公司董事会秘书唐金看来,保健品行业还有比较大的成长空间,行业公司可以通过推出更多满足消费者健康需求的产品,持续为行业创造增量价值。

据艾媒咨询预测,2028年保健品市场规模将达到5067亿元,同比增长19.59%。我国保健品人均消费量相较于发达国家仍有较大差距,行业潜在需求大,市场有望持续扩容。

新春走基层