

春节年货展销会昨开幕,将持续到19日

家门口囤年货模式开启

昨天,第31届宁波市春节年货展销会拉开帷幕。本届年货展总面积2.1万平方米,参展企业约700家,参展商品有20多个类别、近万个品种,将持续到1月19日。要置办年货的市民,不妨去宁波国际会展中心逛逛。

红膏呛蟹100元/斤 海鲜人气火爆

尽管昨天气温较低,但市民购买年货的热情可足了。早上7点半,宁波国际会展中心门口就排起了长长的队伍。“好一点的牛肉、猪肉,来晚了会被抢完的。”家住海曙的李阿姨每年都来年货展采购,今年又早早地等在展馆门口。

海鲜是宁波人过年菜篮子里的重要角色。红膏呛蟹、本地沙鳗鲞、东海带鱼、黄泥螺、海蜇皮等,成了市民的采购重点。平日在白沙菜市场经营的摊主张师傅,昨天带了200多斤红膏呛蟹来参展,半天时间就快卖完了。“今年的红膏呛蟹比去年贵了20%-30%,不过在展会上,我们还是比平常卖得便宜些。像这些每只重6两以上的红膏呛蟹,平时在菜场卖120-130元/斤,年货展销会上的价格我们定在100元/斤。”张师傅表示。

本届年货展还专门与宁波重点结对帮扶地区开展合作,筛选和组织当地优质的商品前来参展。贵州黔西南的小黄牛肉和部分农产品,吉林延边的人参、鹿茸、灵芝孢子粉等土特产,新疆库车的苹果、葡萄等水果,以及宁波山海协作区丽水庆元县的菌菇等土特产,也受到不少市民热捧。

双J车厘子39元/斤 洋货卖得也俏

“洋年货”也受到不少市民青睐。

柯剑飞水果展位上,39元/斤的双J智利车厘子吸引了不少人。“这个价格确实比在水果店买便宜了不少了,送礼太合适了。”正在和家人商量采购数量的胡先生表示。该展位的工作人员告诉记者,10斤装的礼盒半天已经卖了20多箱,零售散称的还来不及计算。

进口的零食、乳制品、食用油、红酒等也很受欢迎。“来采购进口食品的市民中,老年人不比年轻人少。老年人特别爱买进口奶粉、食用油,也有一些老人会买进口零食给家里的小辈吃。”展位工作人员陈先生告诉记者。



①看一眼,你都买了啥?
②宁波人过年少不了鳗。
③年货展首日,来采购的人不少。
记者 刘波 摄

平价年货比市价便宜10%-20%

宁波传统产品依然是年货展的主打内容,营造出浓浓年味,如现打的宁海麻糍,现做的余姚梁弄大糕、象山米馒头、慈城年糕,还有赵大有糕点、三北豆酥糖、前童香干、望春水塔糕等。

此外,中华老字号冯存仁堂、寿全斋、南京同仁堂、胡庆余堂等也悉数参展,为市民提供了丰富的养生类年货。

办年货,市民最关心的还是价格。今年参展企业直销年货比重提高,平价年货比市价便宜10%-20%。

各大菜篮子基地均优惠供应年货,部分商品低于市场价集中供应。比如,方兴和北仑食品公司参展的新鲜猪肉低于市场零售价10%左右供应;东钱湖、岚山水库、咸祥水库的优质淡水鱼,市蔬菜批发市场以及繁荣、科奥等市级菜篮子商品供应基地的蔬菜等,都以低于市场价10%左右供应。

本届年货展期间,我市猪肉储备承储企业集中投放360吨政府储备猪肉,销售价格比市场价低10%以上。

记者 史妮超 通讯员 鲍伟伟

寻找年味④

好吃又好玩,颜值还挺高 现在的零食花头真透

春节的脚步越来越近,各大商超、零食店也迎来了销售旺季。而现在的零食花头真透,和传统意义上的“零嘴”相比,增添了许多附加值。

现场:巨型零食礼包相当吸睛

昨天下午,在来福士广场一家零食店门口,一种巨大的零食礼包吸引了周女士和她4岁女儿的注意。按照上面的说明,这种大礼包里有30种零食,号称能解决零食选择困难症。周女士拿来跟女儿比了比,大礼包比小姑娘整个人还要大。“快过节了,打算给家里囤点零食,这种大零食包看着挺有意思的,就当尝个新鲜吧。”周女士笑着下了单。

除了这种明显有网红体质的零食大礼包外,记者在走访中看到,如今零食的颜值越来越高,有的包装上绘制着精美的图案,有的绘有定制的卡通形象,不仅小朋友看了心动,不少大人也会拿起来研究一下。

随着春节的到来,零食自然迎来了一波销售高峰。事实上,随着消费水平的提升以及年轻群体的成长,零食的销量在平时也很可观。同时,这一看似传统的产业也在不断革新。

据近日第一财经商业数据中心联合天猫超级品类日发布的《休闲零食新趋势报告》,国潮零食2019年销售增长超过4倍,95后消费者人均消费金额增速超过其他代际,休闲零食市场细分出玩趣零食、严选品质、功能零食、农货国潮、儿童零食五大新趋势。

其中,“玩趣”已经成为零食品类发展的重点,即“既要好吃,又要好玩”。零食商家也通过异型零食、趣味包装、新奇吃法以及趣味玩具等多种形式,为消费者增添乐趣。

另外,去年劲吹的IP跨界联名风潮也席卷到零食界。据上述《报告》,2019年IP联名零食销售额增长超过7倍,购买人数为上一年度的11倍。

业界:零食被赋予更多新角色

不难看出,如今的零食已经超越“三餐之外补充”的传统身份,受众主体也从儿童转向更广泛的年龄人群。

业内人士章代元告诉记者,现在的时代背景赋予零食更多新涵义与新角色。“它可以是解压的‘良药’,可以是寂寞时的‘陪伴者’,在很多年轻人手里,它已经成为社交的手段。例如,根据数据统计,巨型包装零食的销售额在两年内增长了近4倍。我们不难想象,在追求个性展示的网络世界,拍一组这样的零食图秀到朋友圈,一定会引发大量围观。”

章代元表示,零食消费市场已展现出消费者和商家双双活跃的良好环境,春节只是它增量的一个契机,以后这样的增量可能会不分节假日和平时。

记者 黎莉