

2022年元旦前夕的水果市场

车厘子上市价高遇冷
橘橙类降价受热捧

“车厘子价格在元旦还会迎来一波小高峰。如果进口顺利,之后一直到春节前都会慢慢呈现降价的趋势,那时购买更加划算。”12月28日,金马正昌水果批发市场里,一家水果店的老板告诉记者。

随着2022年元旦、春节的临近,市场上各类水果礼盒已摆出阵势,静待消费者选购。目前来看,橘橙类水果依然是消费主流。

春城晚报

开屏新闻App

理想生活 即刻开屏

开屏

NEWS

车厘子或在元旦价更高

12月28日,金马正昌水果批发市场内车来车往,但批发车厘子的商家不多。

“这些车厘子27日到货,量少,主要是JJ级和JJJ级,JJ级车厘子约200元/千克。因其刚刚上市,价格偏高,消费者会购买少量尝鲜。我们准备了小型分装盒,消费者一次可以购买1千克或2千克。”商家马先生告诉记者,今年最早销售的车厘子都是空运入境,运费很贵。等海运的货到达后,价格会降下来,“而且现在的批发商家拿货不多,大多数人一次只拿3至4件车厘子,我最新的一个订单是6件。”他说。

篆新农贸市场内,销售车厘子的商户很少,购买的市民也不多。一位商家告诉记者,往年这个时候,销售车厘子的商家不仅多,拿货也多。但今年车厘子的价格太高,让不少人“不敢进货”。

记者走访超市时发现,车厘子以小盒为主,在家乐福(广福路店),225克/盒的JJ级车厘子49.9元、JJJ级59.9元。礼盒装目前只有JJ级2.5千克装,售价288元。

记者了解到,今年的智利车厘子“个

头”更大。根据智利樱桃委员会发布的《出口樱桃质量指南》,自2021年12月1日起,发往中国的车厘子最小规格提升至XL,小一号的L规格将不再发货。

橘橙类水果仍是主流

目前,橘橙类水果依然是昆明市场的主流,多为冰糖橙、砂糖橘,价格也从刚上市的1千克十几元降至10元以下。平价果行里,3~4元/千克。

礼盒装的沃柑、脐橙、冰糖橙被摆上了商店货架。新闻路一家水果店老板告诉记者,如今,消费者喜欢买少量多样、品质好的水果,因此轻量装礼盒越来越多。而且橙子可以放置很久,每年都有不少消费者为了过年提前购买。

此外,近期上市的草莓品种很多,有隋珠草莓、芒果草莓、巧克力草莓等,价格有所回落。商户张女士说,草莓脆弱,现在大量上市,薄利多销才不会压货。

线上购水果成为新常态

随着线上生鲜消费模式逐渐成熟,消费者在线上平台购买水果、蔬菜逐渐成为



家乐福(广福路店)以小盒售卖的车厘子

新常态。

消费者小钱喜欢吃车厘子,每年都要买几次。“我之前都是在线下购买,多买几次了解行情后,就知道春节时购买最实惠。网上预售或直接下单很方便,产品品质也有保障。”小钱说,她注意到最近家乐福超市在做线上预售,2.5千克的JJ级车厘子只要169元,相比目前市场上的价格,几乎是半价。此外,拼多多平台的车厘子也有很大折扣。

消费者彭女士告诉记者,像她这样的宝妈线上购物非常便捷,身边也有很多朋友在网上购买季节性、区域性强的特色农产品。但网上购买水果、蔬菜要选好平台、商家,避免“踩坑”。

本报记者 孙江苙 摄影报道

盘点2021年美好生活新样态

逾百种新生活
释放经济潜能

无人餐厅、VR体验馆、光影互动馆、减压体验馆、胶囊酒店、汉服体验、脱口秀俱乐部……12月28日,美团数据显示,2021年,逾百种生活服务新样态兴起。截至11月,此类服务产品的总交易额增速同比超100%,年均增长率达44%,涉及餐饮娱乐、文化旅游、体育健康、养老助老等多个领域。



下单。
在陕西西安,美团优选社区
建伟摄

生活服务新样态
交易额同比增速快

2021年,大众消费需求日趋回暖,许多便捷、创新的美好生活服务应运而生。盘点过去1年,不难发现,逾百种新样态在各行各业释放新动能。其中,许多“从0到1”涌现的生活服务新样态,是在创造性满足消费者新需求的过程中产生的。根据美团数据,剧本杀、插画手作馆、快速核酸检测、宠物私教减肥班、植发养发、共享录音棚等生活服务新样态的交易额增速同比最快超235%。

中南财经政法大学数字经济研究院执行院长盘和林认为:“生活服务新样态以消费者多样生活需求和诉求为原点,以线上对接的方式,高效率匹配需求和供给,让新服务、新商业落地到生活场景中,为大家的美好生活提供服务基础。这种创新,既丰富了生活,还助力了经济发展。”

最暖服务新样态——快速核酸检测

助力疫情防控,快速核酸检测成为2021年最暖生活服务新样态。美团数

据显示,12月,核酸检测搜索量相比1月同期上涨480%。此外,在美团App核酸检测专区,出现了2小时快检、免下车检测、夜间检测、中英双语检测等选项,让群众更便利。

今年下半年,核酸检测线上交易额不断增长。美团数据显示,核酸检测最高峰值出现在11月27日,当天核酸检测线上交易额是上半年峰值5月27日的8.79倍。

“如果来做核酸检测的人多,我们会根据实际情况,动态调配,争取让市民随到随测、即采即走,让有特殊情况的市民尽早拿到检测报告。”53岁的核酸检测员边颖是一名工作34年的医护人员,她曾一天连续10小时采样了1500人次。

边颖告诉记者,今年发生了许多让她难忘的事,其中,有一个女孩21时许哭着跑来要做核酸检测,手机里有一张家乡亲人的病危通知单……边颖每每想到自己的工作能实现市民的小小心愿,就忘记了疲倦。

剧本杀、植发……“90后”释放经济活力

随着“90后”逐渐成社会中坚力量,

新潮生活方式也在这个群体的消费者中得以体现。根据美团数据,21岁至30岁的消费者是剧本杀、植发、养宠物等生活服务新样态的主力人群,分别占比75%、66.5%、52.89%,他们贡献的线上订单量同比最高上涨597%。

剧本杀满足了“90后”的社交娱乐需求,成为他们日常聚会玩乐的方式之一。美团数据显示,64.5%的年轻人在两周内消费剧本杀1次及以上,其中,超四成年轻人一周内消费1次以上。有62%的订单集中在17时至23时,年轻人的新潮生活,点亮了城市的夜间经济。

“90后”享受生活时,也不忘修补生活,“90后”植发行业“秃”然兴起。美团数据显示,截至11月,在植发人群中,21岁至30岁的“90后”占比达53%,远超“70后”人群仅5%的占比。除年轻化外,植发还呈现出无性别化,它不再是中年人和男性群体的标签,女性群体消费占比逐步提高。美团数据显示,植发消费者中,女性用户比例为49.35%。

当代年轻人个性化、多元化的生活方式,充分体现出生活的多样性,释放出

更多消费活力。

网上订单量增加
“银发族”助力线上消费

第七次全国人口普查数据显示,60岁以上人口超2.6亿。积极发展银发经济,丰富适老产品和服务供给,对于满足多层次多样化养老服务需求,积极应对人口老龄化,培育壮大经济新动能,具有重要意义。

当前,“银发族”正在跨越“数字鸿沟”,成为线上消费的重要增长力量。美团数据显示,截至11月,“银发族”线上订单量同比增长247.8%,订单金额同比增长111.9%。

此外,“银发族”的娱乐活动并不仅限于广场舞,他们是各种运动新样态的爱好者。美团数据显示,过去一年里,“银发族”的溜冰、射击、射箭等新兴运动线上订单量同比增长174.1%。

站在2021年末,回顾这些新样态,不难发现它们有一个共同点——消费者更加关注自身的体验和感受,对美好生活的期待值也在不断上升。

本报记者 曹婕