



就地过年带火食品销售 催生消费新趋势

文 / 本刊记者 孙永立

根据铁路等多部门统计，2021年春节全国有超1亿人就地过年，全国36个大中城市就地过年人数增加4800多万。面对疫情防控和就地过年的新形势新情况，全国消费市场呈现出许多新特点新变化，食品行业展现出蓬勃生机和旺盛活力。

根据商务部数据，截至2月10日，为期一个月的“2021年全国网上年货节”网络零售额已超7000

亿元，在线餐饮销售额同比增长近50%。除夕至正月初六（2月11日-17日），全国重点零售和餐饮企业实现销售额约8210亿元，比去年春节黄金周增长28.7%，比2019年春节黄金周增长4.9%。

餐饮消费回暖 呈现四大特点

2021年春节黄金周期间，餐饮企业为保障群众“就



地过年”，优化丰富菜品、创新服务方式，迎来消费旺季。商务部指出，春节餐饮呈现四大特点：经营情况明显好转、年夜饭消费热度不减、外卖订单持续火爆、餐桌文明成为时尚。

据商务部介绍，根据有关协会和外卖平台调查，全国 87% 的餐饮企业春节期间正常营业，餐饮交易额同比增长 261%。浙江省商务厅监测的重点餐饮企业收入、客流量分别同比增长 520%、413%。河南省小吃和民俗经济超过正常年份，景区小吃街异常火爆，个别小吃店收入比平日上涨 15-30 倍。

据调查，不少品牌餐饮企业预订率超过 95%，有的企业年夜饭营业额甚至同比增长 300% 以上。农历廿八至除夕，年夜饭半成品外卖同比增长 4 倍，单人份外卖订单同比去年翻了一番。江苏省年夜饭市场供需两旺，个别餐饮企业早在春节前 3 个月，包间就预定一空。湖南省餐饮企业积极推广年夜饭“送到家”模式，线上收入占年夜饭销售额近 30%。

据餐饮外卖平台数据显示，今年春节期间全国餐

饮外卖交易额同比增长 154%。天津市线上礼盒、年夜饭线上预销售成为亮点，大厨入户年夜饭订单量超过 500 份，较往年同期增长 20% 以上。北京市餐饮外卖平台联合商户推出各式菜肴，发起“京味年夜饭甄选餐厅”“老馆子闹元宵推荐菜”“老字号春节半成品大礼包”推介活动，开展“春节不打烊”活动，让市民居家尝遍美食。

商务部指出，反对食品浪费、分餐制、公筷制等，成为餐饮消费的重要主题。据有关协会监测，50% 以上的消费者主动提出分餐或者积极配合分餐；60% 以上的消费者在点餐、用餐等环节，有反对浪费的自觉意识或者能做到积极配合。山东省各地餐饮企业主动“瘦身”菜单、推出小份套餐等多种形式引导人们厉行节约，杜绝“舌尖上的浪费”。

值得一提的是，春节期间各地生活必需品市场供应充足，品种丰富，价格高位趋稳、稳中有降。

据商务部对全国 36 个大中城市重点零售企业和百家大型农副产品批发市场监测，2 月 17 日粮食零



售、批发价格比节前（2月10日）分别下降0.1%和0.4%；食用油零售、批发价格分别持平和下降0.1%；猪肉零售、批发价格分别上涨0.4%和下降1.5%；牛肉零售、批发价格分别下降0.5%和上涨0.4%；羊肉零售、批发价格分别下降0.4%和上涨0.8%；鸡蛋零售、批发价格分别下降0.4%和1.7%；蔬菜零售、批发价格分别上涨1.1%和下降1.9%。

白酒、乳制品和休闲零食受益显著

作为一年中最重要的节庆，春节对于白酒、乳制品、休闲零食等行业意义非凡。

2021年春节为暖冬天气，多地气温上升到15-20℃的水平，推动了啤酒等消费品的增长。根据中泰证券渠道调研反馈，对比2019年春节，2021年啤酒春节销售同比增长10%左右。同时受益于就地过年，产品结构加速升级，中高档啤酒增速普遍高于低档酒。

根据京东到家发布的《2021春节年货消费趋势报告》，2021年1月16日至2月4日，京东到家平台异地订单（即下单人和收货人在不同城市）销售额达2020年春节同期的两倍；年货礼盒销售额是同期3倍，其中零食烘焙、熟食、保健品礼盒销售额均实现数倍增长；从绝对销售额看，纯牛奶、奶粉等乳制品

礼盒位列前茅。

乳制品方面，国盛证券调研显示，从新鲜度来看，常温酸奶新鲜度有所改善，伊利新鲜度略优于蒙牛。从堆头来看，两强堆头优势明显。根据调研样本分析，伊利蒙牛常温产品在KA卖场堆头规模相当；年后，伊利蒙牛的促销员配备人数和推销力度环比节前有所下降。

就地过年推动新业态、新趋势

就地过年背景下，年货采购人群年轻化，催生食品饮料消费新趋势。90后自主采购年货，低度酒、网红零食、方便食品等受热捧，在外就地过年人员与家乡亲友互寄年货特产成为新潮流。

从品类上看，线上年夜饭走红。饿了么数据显示，农历廿八至除夕，年夜饭半成品外卖同比增长4倍，年夜饭礼盒外卖同比增长2倍。传统线下堂食相对遇冷，部分餐饮企业发力年夜饭线上销售。根据美团大数据，2021年夜饭预订排行为2人份、4人份、单人份，与2020年夜饭预订排行的10人份、12人份、8人份呈现明显的反差。从2021年近一个月的数据看，单人餐的搜索量同比增长40%。

中泰证券认为，就地过年背景下，年夜饭偏小型化，推动了复合调味品、卤味和半成品菜品的快速增长。

值得一提的是，线上网购年货成为新时尚，异地下单送年货成新潮，其中食品类礼盒受青睐。截至2月10日，年货节网络零售额超7000亿元；春节期间在线餐饮销售额同比增长135%，年夜饭系列商品销售额同比增长54.9%。多家电商平台异地订单量同比增长50%以上。

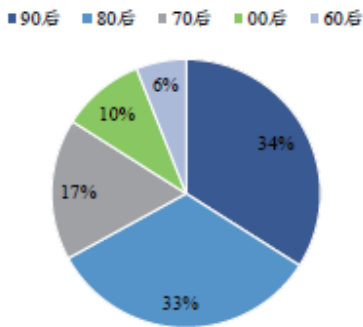
美团闪购数据显示，异地订单增长明显，北京、杭州、广州、深圳、成都是异地订单下单量前5的城市，订单量前五名的商品是鲜花、水果礼盒、坚果礼盒、巧克力、车厘子。京东大数据显示，上海、北京、浙江、广东和四川的异地订单下单量位居前列，而贵州、江

西、四川、安徽和广西接收异地订单量排名前5。

对此，国泰君安证券认为，电商平台异地订单主要是从一二线城市或经济相对发达地区发出，较大一部分可能是异地工作并就地过年者为故乡亲友线上购置、赠送年货。菜鸟物流数据显示，腊八以来由菜鸟发往北上广深杭的快递订单同比增长20%以上，家乡特产也在奔向一二线城市，年货呈现双向流动。

春节期间，主要线下渠道如永辉、家乐福、沃尔

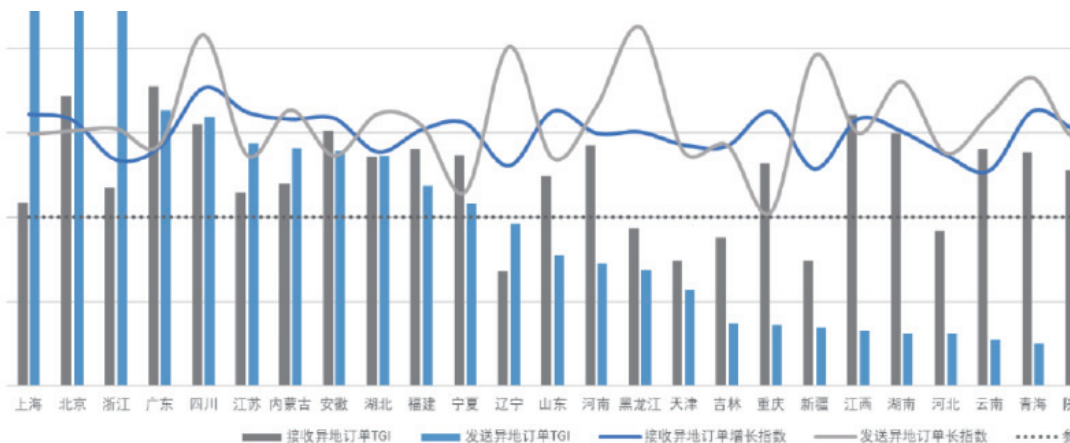
玛等商超纷纷提出门店不打烊、客服不下线、物流不停运，并加强线上线下结合提供到家服务。如永辉超市联合顺丰首次推出年货特价邮寄服务，坚果礼盒等商品热销。沃尔玛“年货一条街”亮相全国门店，并提供3-5公里“极速达”和全城“次日达”服务，万种商品可配送到家。苏宁家乐福针对春节提前至1月完成民生类重点商品备货，总体需求计划增加30%左右。■



(90后成为年货购置主要人群。
数据来源：百度搜索大数据、国泰君安证券研究)



(乳制品仍是年货主要选择。
数据来源：京东到家)



(上海、北京、浙江、广东、四川异地订单下单量位居前列。数据来源：京东大数据研究院、央广网)