



# 消费市场热潮涌 春日经济正当时

一片花海、一口美食、一方天幕……春日大地，万物复苏，伴随着气温回暖，“春日赏花”“春日限定食品”“春季露营”等春季场景式消费也显露暖意，春日经济持续升温。

专家表示，伴随场景创新和氛围营造，消费市场正变得春意盎然。

## 春季文旅活力足

“两个星期前，我就与朋友商量好3月底去武汉看樱花。”就职于北京某互联网企业的张璇丽(化名)说，不仅如此，最近几个周末的行程都已排得满满当当，去公园游船、去露营野营、去郊区踏青……不想辜负这春日好时光。

与张璇丽一样，不少人早早安排行程，向着春天出发。“花海是真花海，人海也是真人海！”选择在北京就地赏花的摄影爱好者刘少妍(化名)笑着说，总感觉北京的春天很短，所以不想错过。前两天就去奥森公园赏花了，人非常多。

出行限制的取消使人们将“探春”步伐迈向更远的地方。近半个月来，以长线赏花目的地为特点的跟团线路产品进入预订火爆期。携程数据显示，西藏波密桃花沟、新疆伊犁杏花沟、婺源油菜花、重庆酉阳桃花源、云南罗平油菜花田等跟团线路均已进入火爆预订期。近半个月，国内跟团游订单量环比增长近七成，较上年同期增长近4倍。多个赏花景区门票销售较去年同期增长1.5倍，武汉大学、婺源风景区、安顺平坝樱花园等地周边酒店呈现供不应求的态势。

“今年波密的赏花线路销量，比2019年同期还要高出160%。旅游业复苏带来的需求释放在这个春天显得汹涌澎湃。”携程跟团自营品牌负责西藏大区的产品总监付庆子介绍。

国内赏春出行热度高涨的同时，有不少人将目标锁定海外。爱彼迎中国数据表示，计划在2023年春季进行出境游的中国旅行者数量已超出2022年春季同期的两倍以上，2023年春季欧洲房源搜索热度已经超过2019年同期水平。

## 春日限定美食热度升

不负春日好韶光，除了赏花出游，许多消费者还少不了去感受“舌尖上的春天”。

眼下正是春菜集中上市的季节，在拼多多等平台上，从云南、四川、陕西、山东等多产区严选近30种新鲜春菜上市。拼多多平台数据显示，自立春以来，与春菜品类相关的关键词搜索热度上涨近80%，其中以春笋、荠菜和香椿最为热门，多家店铺单周销量破千。

“今年春季围绕刀鱼、春笋、樱花等八种食材，推出‘咬春八仙’系列。与往年不同的是，今年在冷藏货架上还有很多预包装的春菜，比如说腌笃鲜、春笋炒腊肉、香椿苗拌核桃仁等，上市后深受消费者喜爱。”盒马鲜生工作人员滕浩(化名)告诉中国证券报记者。

此外，盒马鲜生还上线多款春日限定美食，粉嘟嘟的樱花米糕、软绵绵的龙井茶瑞士卷、搭配巧妙的抹茶红豆生巧雪媚娘……有消费者表示：“就冲着颜值也想感受一下，错过了又要等一年。”

饮品市场的竞争也异常激烈。例如，Seesaw咖啡解锁了春日桃花季，推出蜜桃花蜂蜜拿铁、轻云蜜桃美式两款创意特调。星巴克推出全新樱花系列产品周边。瑞幸咖啡网红单品“珞珈樱花拿铁”宣布回归菜单。此外，喜茶、奈雪的茶、元气森林等饮品品牌推出全新的春日限定款。

业内人士表示，季节性限定营销具备像“快闪”一样“来得快，去得也快”的特性，这种模式发挥空间大、即时性强、收益回报快，已成为各大商家的“流量密码”。

## 户外运动搜索量翻倍

赶完崇礼的最后一场滑雪，露营、骑行等户外运动完成无缝衔接。

“等北京风沙没那么大了，我计划和朋友去露营。”北京市民杨柳(化名)告诉记者，作为一名露营新手，目前她已做好攻略，选好露营地，打算团购一张包含天幕、桌椅、炉具和食材的野餐套票，自购露营帐篷、充气垫。

春意浓浓下，“露营”这一户外运动的相关搜索量翻倍。美团、大众点评数据显示，2月底3月初，与“露营”相关的搜索量同比上升450%，笔记数量增长约300%。马蜂窝平台

数据显示，3月以来“露营”相关热度同比涨幅达115%，其中“露营地”热度上涨350%，“露营攻略”热度上涨270%，“露营玩法”热度上涨230%。

“这个季节有很多客户选择露营，最近来咨询露营相关产品的人还是比较多的。”骆驼旗舰店的工作人员告诉记者，除露营相关产品外，冲锋衣、户外运动鞋等户外服装近期卖得

比较好。记者发现，淘宝页面数据显示，三合一春季登山服这款产品的月销量已达1万+。

艾瑞咨询研究报告显示，从中国市场营销规模统计数据看，截至2021年，中国户外用品营收规模已达1831.2亿元，预计未来几年将以7%左右的速度平稳增长。到2023年年底，中国户外用品市场规模有望突破2000亿元。

据中新网



# 消费“春风”暖起来

春回大地，万物复苏，人们纷纷走出家门赏花、郊游、露营，感受春日氛围。三月过半，“春日经济”持续升温，复苏“春风”不断吹向消费市场，呈现勃勃生机。电影票、演唱会票、景区门票要抢，网红餐厅、博物馆、体育场外排着长队，网购平台、带货直播间、外卖平台依旧火爆，机场、火车站、高速公路，人潮、车流如织……火热的场景回来了，消费已经成为经济复苏的主驱动力。

国新办新闻发布会上，国家统计局新闻发言人表示，今年前两个月经济运行一个很大的亮点，就是消费的改善和回升。数据显示，1~2月份，全国社会消费品零售总额77067亿元，同比增长3.5%。

这是深入贯彻去年底中央经济工作会议“把恢复和扩大消费摆在优先位置”的结果。今年以来，全国许多部门和地方“促消

费”劲头十足，积极出台相关政策为消费恢复向好创造有利条件。商务部将今年定为“消费提振年”，3月启动“全国消费促进月”，北京、上海、山东、陕西、香港、澳门等地纷纷出台多项促消费稳增长政策举措，加快释放被抑制的消费需求，深入挖掘潜在消费需求，不断创造新的消费需求，全面促进消费加快恢复和增长。

信心也基于环境。刚刚过去的3·15国际消费者权益日，以“提振消费信心”为主题，旨在凝聚各方力量共识，推动消费者权益保护协同共治，打造更加安全放心消费环境。但是央视3·15晚会曝光的香精勾兑的大米、不可注射的美容针、不安全的安全带、水军刷评价等消费问题依然触目惊心。这提醒我们，对侵害消费者正当权益的行为，需保持高压，让“315”持续“365”。只

有站在消费者的角度，不断打击乱像、保护权益、顺应需求、解决问题，才能修复消费场景、营造消费氛围、提振消费信心，真正让消费者敢消费、愿消费、放心消费。

当前，以优质供给拉动需求，是满足人民美好生活需要、创造消费新增长点的关键和难点。聚焦促消费重点领域多端发力、综合施策，不断推出优质商品和服务，将有效促进消费扩容提质升级。促进消费推动经济稳步回升，是持续全年的重点工作。需要不断完善扩大消费的有效举措，加快建立统一开放、竞争有序的市场体系，促进新业态新模式健康有序发展，精心办好糖酒会、酒博会等特色展会，积极促进批发零售、住宿餐饮、文化旅游等消费市场持续回暖，更好推动消费市场整体稳定恢复发展。

辛华

(上接第一版) 依托苏州高新区文体中心的场馆空间，苏州市总工会探索“官馆共建”新模式。规划“四大阵地、七大功能、十大场馆”服务单元，集文化艺术、体育健身、教育培训、生活娱乐、亲子服务等功能于一体，启用以来共开设213门课程、完成培训4.3万人次，开展活动832场，累计服务294.36万人次，成为苏州市广大职工群众精神文化生活的新阵地。

近年来，苏州市总工会通过整合现有优质场地和专业服务资源，探索出了一条工人文化宫创新发展新路子，实现了公共文化场所和职工文化阵地的资源共享和互联互通。从“自

# 把文化宫“金字招牌”擦得更亮

建自管”到“自建他管”再到“他建他管”，3座工人文化宫采用3种不同的建设运营模式，实现了建设运营做“减法”、服务职工做“加法”。

## 美美与共 打造“家门口”的职工服务圈

3月11日下午，“忙趁东风放纸鸢”亲子手绘风筝DIY活动在太仓市工人文化宫职工书屋举行，20组职工家庭一起巧手绘风筝，度过温馨春日时光。去年启用的太仓市新工人文化宫创建“我在文化宫等你”品牌，搭建“官”

享亲子好时光职工亲子系列活动等多层次活动载体，引导职工走进文化宫、爱上文化宫。

除了张家港市职工文体中心、昆山市职工服务中心，常熟市工人文化宫也将于今年10月投入使用，至此苏州实现职工文体活动综合县级市全覆盖。

三所市级文化宫“各美其美”，四个县级市“全面开花”，苏州市总工会还积极指导各基层工会积极统筹所在区域内的阵地资源，开创工会服务阵地“美美与共”新局面。

2月23日，常熟市首家乡镇工人文化宫——支塘镇工人文化宫正式启用，为支塘镇及周边片区职工提供更为丰富的一站式工会服务。

吴中区胥口镇总工会构建起集1个镇级党群服务中心、1个工会劳动保护监督检查员片区服务站、N个重点企业的党群服务中心为一体的三级工会服务圈。

苏州高新区综合保税区在京东宇培物流园内精心打造全区首个“司机之家”，服务物流

园及周边企业50余家。

这些都是苏州各级工会职工服务阵地的一个个缩影。为更好地满足职工文体活动需求，近年来，苏州各级工会充分发挥所在区域内既有的职工文体服务中心、职工服务站等文体活动主阵地的辐射带动作用，进一步凝聚区域合力、强化基层辐射、优化站点布局，推动区域职工文体服务阵地“百花齐放”。

苏州市人大常委会党组成员、市总工会主席陈嵘表示，全市工会组织将“挂图作战”，积极回应职工群众需求，让职工群众在“家门口”就能享受到更加专业化、特色化、便捷化的文体服务，畅通服务职工的“最后一公里”。



## 把文化宫“金字招牌”擦得更亮

(上接第一版)

创造性突破重点领域。创新启动揭榜挂帅“职工秀”，2022年结题的50个“揭榜挂帅”项目为企业创效超5亿元。总结推出“职代会+安全生产”模式，组织全市300家企业召开专题职代会，评选优秀案例61个，推动安全生产由“要我安全”向“我要安全”转变。率先推行“能级工资”集体协商，省人大对此开展专题调研，并将相关做法吸收到今年1月通过的《江苏省集体协商条例》。

三、突出产业工人根本依靠，矢志不渝围绕职工期盼改。为工人提素质强技能。依托龙头企

业、职业院校，立体化建设24家泰州工匠学院分院和教学点，实现技工学校、实训中心、工匠学院“三合一”，形成“课堂即车间、作品即产品”的崭新培训模式。大力构建和谐劳动关系、弘扬劳模工匠精神，创建首批36家“幸福企业”，建成职工思想教育基地、劳模风采园(长廊)、祁巷“劳模林”等多处职工文化阵地。让工人享受便捷得实惠。大力建设服务职工“一张网”，泰州被评为全省“互联网+普惠职工”示范城市。开办“职等你来”网上春风直聘活动，设立全国首个“货车司机关爱资金”，建成24家“四化一式”(可

移动化、数字化、标志化、无人化和集装箱式)安康驿站，真正把实惠送到职工身边、送进职工心里。使工人有荣誉受尊重。把技能人才、优秀技术工人作为推荐表彰的重要对象，对有创新成果的职工、市(区)级以上工匠、技能标兵比武优胜者，优先授予五一劳动奖章；对特别优秀者，推荐作为各级劳模人选。产改5年来，泰州一线产业工人获评各类市级以上表彰597人，占相关表彰激励名额的60%以上；52名优秀一线产业工人被推选为市(区)级以上“两代表一委员”，全市崇尚劳动、尊重劳动的氛围更加浓厚。

# 朱寿安：做美丽乡村的筑梦人

“这边是菜园，这边是花园，我种植了黄杨树、桂花树……”春日暖阳下，如皋市磨头镇丁冒村的周慧兴致勃勃地介绍升级改造后的庭院。“朱总，感谢你为我们设计了这么美丽的庭院。”周慧边说边竖起大拇指。

周慧口中的朱总名叫朱寿安，是南通市劳动模范，同时也是如皋市亿安绿化工程有限公司花卉园艺技师、建设工程正高级工程师。

去年，如皋市围绕“农村人居环境整治提升·美丽庭院建设”议题开展三级联动协商议事，丁冒村作为先行试点之一，邀请朱寿安对该村进行庭院设计提升乡村“颜值”。

朱寿安秉承“因地制宜、因材施教”的原则，结合当地风土人情，各户生活习惯，为丁冒村“量身定制”了庭院改造设计方案。他把当地旧木材、旧砖瓦等材料变废为宝，将自

然淳朴的农村生活与具有现代气息的徽设计联系起来，让普普通通的家庭绽放出别样风采。

“美丽庭院”是美丽乡村建设“最关键”的基础，是它的“细胞”工程。如今，由朱寿安“微改造”后的丁冒村各家各户用篱笆圈起菜园，废旧石头铺出了花园小路，实木板凳、盆栽奇石相互映衬……一幅气韵生动、如诗如画的美好乡村图景缓缓铺开。靓丽的丁冒村吸引了如皋众多社区观摩学习，成为可复制的“美丽乡村”样板，朱寿安也将他的“拿手绝活”带到了江安镇、丁堰镇等地的美丽乡村建设项目中，聚力绘就如皋乡村振兴的壮美画卷。



一位劳模就是一面旗帜。“习近平总书记强调，要以实施乡村建设行动为抓手，改善农村人居环境，建设宜居宜业美丽乡村。作为南通市劳动模范，我将发挥工作特长，积极参与到如皋美丽新农村建设中来，努力打造出具有特色亮点的生态乡村、美丽乡村、宜居乡村。”朱寿安说。

张灵若 程来斌