

从端午产业“三变” 看消费市场活力

今年端午节期间,吃粽子、划龙舟、挂菖蒲、插艾蒿、戴香囊等传统习俗火热,传统民俗产品受追捧。调查发现,端午产业在产品形态、产业链、兴盛地域上发生改变,掀起消费的新潮流,折射出我国市场的旺盛活力。

从“卖土特产”到“卖文化创意”

过去端午前后,湖南省汨罗市不少村民都会多包一些粽子,送给亲邻,或运到集市售卖。“汨罗碱水粽有特色,在市场上很受欢迎。”汨罗市屈子祠镇新义村村民李飞西表示。

如今,传统的汨罗粽子正走向工厂化生产。在湖南蓝墨水农业发展有限公司的车间里,工人们在流水线上忙碌着。“按标准化流程,熟练工只用10秒钟就能包1个粽子。”公司负责人吴立满说,告别一家一户售卖土特产的模式,汨罗粽子的年销量从5年前的400余万元增长到如今的上亿元。

《2023中国粽子行业消费与品牌现状白皮书》显示,端午节期间粽子消费人群达82.7%,2023年市场总量预计增幅在15%。调查发现,在粽子市场规模持续增长的同时,粽子种类也不断丰富。具有传统文化属性的粽子广受青睐,形形色色的文创产品层出不穷。

中国国家博物馆、广东省博物馆、故宫博物院、苏州博物馆等多家博物馆近年来持续推出“国潮”版端午粽礼盒,不少文创产品不仅外形时尚、实用功能强,更将文化内涵巧妙嵌入,受到市场认可。

国家博物馆此前联合企业推出“七端阳礼包”,既包含西汉错金银云纹铜犀尊、中国传统纹饰海水江崖纹等文化元素,又以可循环利用的彩绘国潮帆布包替代了一次性礼盒,美观实用,受到消费者喜爱。

从“一季俏”到“四季香”

挂艾草也是端午节习俗之一。眼下正是收获艾草的时节,汨罗市川山坪镇芭蕉村的村民黄勇把艾草从地里收回来,就赶紧将其铺在房前的空地上晾晒。“趁着好天气快点晒干,有人上门来收,销路不用愁!”黄勇说。

得益于汨罗江畔独特的自然环境,汨罗出产的艾草品质好、出绒率高,是加工艾制品的优质原材料。

“端午文化里有家国记忆,传承千年,但过去很长一段时间,只在端午节前后火一阵子就没了。”汨罗端午艾科科技有限公司负责人徐琅说。

近年来,这家企业立足地方特色,将古法技艺与现代科技相结合,除了



6月22日,在湖南省汨罗市屈子祠镇屈子文化园,游客在制作香囊。

陈思汗 摄

传统的艾条、艾柱、艾草家纺制品等,还生产艾草茶包、香囊等,使艾制品从粗加工产品走向便携化、精致化,让艾草香味跨越端午,融入人们的日常生活,成为全年可消费的产品。

来自京东的消费数据显示,今年端午前夕,香囊品类成交额同比增长20倍,广东、北京、四川等地的消费者热衷互赠香囊。同艾制品一样,香囊的火热也不是短期的,正在从“一季俏”成为“四季香”。

近年来,文创香囊造型日益丰富,构思富有创意,既有传统的粽子鸡心形,又有走“国潮”路线的京剧脸谱、知名文物等造型。内含芳香中药,外包装以丝绸等优质材料制成,再以五彩丝线绣制各种蕴含传统文化元素的图案,小巧的可随身佩戴,大一点的用作屋内、车内饰品。

上海社会科学院研究员何建华认为,五彩手绳、香囊、艾制品等全年走俏,背后是市场活力的显现。通过结合消费者需求,更立体地发掘文化内涵,产业链持续得到延伸。

从“水乡赛事”到“南舟北移”

端午期间,除了广东、福建、湖南、湖北等地的龙舟竞渡氛围浓厚,黑龙江、辽宁、河北、新疆等北方地区的龙舟赛事也举办得风生水起。大连市第二届端午龙舟挑战赛吸引

了25支龙舟队参赛,带动周边餐饮、零售消费收入70余万元。

“南舟北移”成为热词。空间上,过去在南方水乡兴盛的龙舟运动,正在向北移。时间上,划龙舟时间从端午前后扩展至农历六七月,甚至有的地方在中秋节前后还有龙舟赛事。

龙舟竞渡火热,生产企业也忙得不亦乐乎。

走进汨罗市九子屈原龙舟有限公司的生产车间,工人们正抓紧加工一条长52米的木质龙舟。公司负责人许桂生表示,从今年农历四月开始,龙舟的订单不断增加,工人加班加点赶制龙舟,目前已经卖出200多条,完全超过了此前的预期。

今年65岁的许桂生,出生于“龙舟世家”,在传承传统制造技艺的基础上,他不断推陈出新。“随着龙舟运动的推广,‘南舟北移’的趋势明显,越来越多的北方群众爱上了划龙舟。针对新疆等地的市场需求,我们研发了旱地龙舟,客户很喜欢。”许桂生说。

旺盛起来的市场需求让龙舟市场行情水涨船高。许桂生说,12年前,公司龙舟年销售几十条,今年销售预计能近300条。龙舟运动走向全国,跟龙舟运动的竞技性强、声势大,入门门槛比较低,以及各地政府和民间对传统文化的弘扬都有关系。

(周楠 余春生 阮周围)

权威发布

中国贸促会： 链博会将设置明确的 绿色环保低碳标准

6月30日,中国贸促会新闻发言人杨帆在6月例行新闻发布会上表示,为践行国家“双碳”发展战略,链博会在筹备过程中始终贯彻“绿色、环保、可持续”办展理念,坚持绿色布展、绿色参展、绿色观展。

一是绿色布展。链博会将设置明确的绿色环保低碳标准,对展会绿色展台、绿色运营、绿色物流、绿色餐饮等方面提出具体要求。

二是绿色参展。链博会五大链条,尤其是智能汽车链、绿色农业链、清洁能源链所聚焦的新能源汽车产业核心原材料、关键元器件及动力系统,绿色农化产品、智慧农业应用、现代智能化农机设备,光伏、风电、储能、氢能等均是突出绿色发展、低碳环保的全球领先产品和技术。

三是绿色观展。链博会将减少纸质宣传材料发放,通过微信公众号、微信小程序等加强展会宣传引导,倡导观众乘坐公共交通工具,绿色出行观展。(焦磊)

生态环境部： 长江干流国控断面 连续3年达到Ⅱ类水质

2022年9月,生态环境部等17个部门和单位联合印发实施《深入打好长江保护修复攻坚战行动方案》,明确“十四五”时期长江保护修复四大攻坚任务和六项保障措施。近日,生态环境部新闻发言人刘友宾在发布会上就长江保护修复攻坚战行动成效进行介绍。

“经过不懈努力,长江水环境质量持续向好。2023年1—5月,长江经济带水质优良断面(Ⅰ—Ⅲ类)比例为94.0%,同比提高0.5个百分点,长江干流国控断面连续3年全线达到Ⅱ类水质。”刘友宾表示。

截至目前,长江经济带88.2%的乡镇级集中式饮用水水源保护区已完成定界立标,饮用水安全保障水平不断提升。地级及以上城市黑臭水体基本消除,治理成效得到巩固,县级城市黑臭水体整治稳步推进。累计排查6万公里河湖岸线,查出入河排污口8.5万余个,解决污水直排、乱排问题4.2万余个。(王仁宏)

交通运输部： 现代化专业 救捞体系建设持续推进

据交通运输部官网消息,6月28日,交通救捞迎来体制改革20周年。20年来,我国救助打捞事业取得跨越式发展,走出了一条中国特色救助打捞发展之路,现代化专业救捞体系建设迈上新台阶。

20年来,在交通运输部党组的坚强领导下,交通救捞主动适应经济发展新常态和安全发展新要求,不断求索、求新、求变,掀起了高质量发展新浪潮。通过“靠前、加密、加快”,救助力量到达事故现场的平均时间不断缩短,覆盖范围不断扩大,专业救助力量于2018年正式进驻南沙岛礁值守。20年来,交通救捞成功救出遇险人员53464人,其中外籍人员7474人;成功救助遇险船舶2909艘,其中外籍船舶485艘;成功打捞沉船233艘,其中外籍船舶12艘,以实际行动践行了海上德政工程。

专业装备不断升级换代,救捞核心技术能力全面提升,部分已达到国际先进水平。(王连香)

我国部署系列举措促进家居消费

6月29日召开的国务院常务会议,审议通过《关于促进家居消费的若干措施》,就促进家居消费部署相关举措。

会议指出,家居消费涉及领域多、上下游链条长、规模体量大,采取针对性措施加以提振,有利于带动居民消费增长和经济恢复。要打好政策组合拳,促进家居消费的政策要与老旧小区改造、住宅适老化改造、便民生活圈建设、完善废旧物资回收网络等政策衔接配合、协同发力,形成

促消费的合力。

“家居消费关系居民生活品质。在消费升级背景下,家居消费的重点之一是提质升级,既包括居住设施的提质,也包括居住环境的改善。”中国宏观经济研究院研究员王蕴表示,促进家居消费政策与老旧小区改造、住宅适老化改造、便民生活圈建设等政策协同配合,既有利于促进消费潜力释放,也有利于满足居民居住品质提升的需求。

近年来,随着居民消费升级,绿

色化、智能化、定制化等逐渐成为家居消费新趋势。此次会议提出,要提高供给质量和水平,鼓励企业提供更多个性化、定制化家居商品,进一步增强居民消费意愿,助力生活品质改善。

“一方面要通过建立健全质量标准等促进高品质家居产品供给,另一方面,要鼓励和支持企业加大产品研发创新力度,利用大数据等精准满足和创造消费需求,提高定制化服务质量,有效满足家居消费提质升级需要。”王蕴说。(王雨箫)