

# 电商硬拼年货

临近春节,北京年味消费愈发浓厚。2月9日,北京商报记者走访多家快递网点、电商平台获悉,今年年货节期间,北京部分景点现寄递热潮,快递网点日均单量增长20%。京东、淘宝、抖音等平台结合非遗等传统元素,营造线下北京春节消费氛围。同时,北京年轻人热衷年货即买即得,让即时零售成为新的增长极。相比过去以商品交易为主的囤货性消费,北京春节电商消费呈现出即时化、体验化、服务化的消费趋势。



商报记者表示,“90后”和“00后”成为置办年货的新晋力量,年货不再被视为一次性完成的“年度大囤货”,而是逐渐被拆解为多个更轻量、更灵活的即时消费场景。

礼盒方面,叮咚买菜北京消费数据显示,水果、乳品、健康零食、高端肉禽蛋水产、优质干货杂粮商品等,以及平台上清洁标签、低GI、药食同源、有机等品类增长都比较快。

“北京春节期间,叮咚买菜的订单仍以居民区为主。部分热门景区的酒店、餐厅等场景会有一定比例的订单,主要集中在水果、酒水饮料、零食等品类。”上述负责人进一步提及,尤其是除夕及大年初一期间,鲜活水产、年夜大菜、水饺类相关商品都会迎来更高的爆发,大年初五、元宵节前后两天,都是各类商品及礼盒等销售高峰期。

据了解,叮咚买菜今年重点打造“家味年味”系列年菜,在北京地区共上线70多款商品,涵盖硬菜、前菜、炸货等品类。截至目前,叮咚买菜北京年货节销售额同比增长48%。

淘宝闪购同样围绕团聚、礼赠、出行、装扮玩乐四大高频场景推出年货购物解决方案。平台数据显示,自2025年12月29日年货节启动以来,消费者“闪购”年货的热度连续多周稳步攀升,年货商品整体销量同比增长201%。

在礼赠与聚餐需求带动下,淘宝闪购多款精品年货迎来爆发式增长。盒马“一桌封神”年菜系列环比销量激增467%,液氮冷冻榴莲销售额增长226%,盒马坚果礼盒销量增长168%,八宝饭、三文鱼刺身两拼等也成为热销单品。

聚餐场景中“轻开火”的消费趋势进一步深化,据淘宝闪购介绍,快手半成品食材、高价水产、鲜食熟食及佐餐饮料同比分别增长259%、271%、225%和250%,反映出消费者对便捷、品质与仪式感的同步追求。

北京商报记者 何倩  
图片来源:企业供图

## 景区年货走俏

春节前夕,北京不少景区洋溢着新年氛围,游客络绎不绝,附近的快递网点也紧张忙碌。负责人杨子月所在的北京顺丰椿树营业店网点覆盖了黄金商圈大栅栏,她表示,当前网点的日均单量上涨约15%,网点日均单量3000—4000单,预计春节期间日均单量整体上涨20%。

近年来,越来越多的游客选择轻松、便捷化旅游,景区商家提供的特产礼盒寄递服务成为快递企业业务的增量点。中通快递北京王府井网点负责人都克磊也对北京商报记者表示,今年年货节期间,网点日均收件量上涨20%—30%,日均业务量约8000票,旅游特产的寄递占比在10%—15%左右。

从上述两家快递网点揽收的品类来看,消费者来北京景区购买的商品以食品为主。例如,大栅栏揽收的快递多是烤鸭、果脯、茯苓夹饼、京八件糕点等,其中真空包装的烤鸭占特产寄递单量的60%以上。王府井的北

京特色糕点、传统小吃也十分热销,不少当地居民会为自己和外地亲朋好友寄递年货、礼品。

为应对上涨的订单需求,快递网点针对景区商家揽收采用“定点+随叫随到”模式。例如,北京顺丰椿树营业店网点的快递员会分驻核心景区周边点位,高峰时段会加派机动人员,响应临时揽收需求。“快递员单次揽收的单量约50—80单,若是核心景区高峰时段,单次可超过100单。”杨子月表示,春节期间网点会持续提供服务。

与此同时,快递网点会为北京景区商家、游客提供专属包装服务。据都克磊介绍,针对易碎品、糕点等产品,快递箱体内会加铺加厚气泡膜、气立柱。对于一些生鲜件,网点也会加装保温袋。

## 文旅融合消费

值得关注的是,今年电商平台除开展线上年货节促销外,还尝试将传统文化元素融入线下消费场景中,通过打造北京特色年味

氛围来吸引消费者。

据了解,2月10日北京苏宁易购将举办“易起来吃年夜饭”主题家宴活动,活动将在中塔店、通州西门店、良乡大角店及联想桥店四店同步进行。此前,北京中塔苏宁易购MAX店开展“新春内购趣玩游园市集”,到店顾客不仅可获赠书法大师的春联,还能参与手工制作小醒狮灯笼。此外,门店还设置“福字拓印”的新年非遗体验活动。

京东也将北京元素带入线下场景吸引到店客流。1月17日—3月1日,北京京东MALL双井店东南侧广场举办纸雕光影艺术展,每逢周末会有非遗市集、集章打卡、免费拍全家福等活动。消费者还可在非遗玩乐摊打卡领非遗手作。同时,京东MALL双井店内将在春节期间聚焦北京卫浴、厨房、阳台、卧室、老房暖气高需求局改场景,推出局改套餐。

春节前,淘宝和抖音也在北京景区举行线下展会。1月底,“淘宝·中国宝贝文化市集”、抖音的非遗市集落地北京前门鲜鱼口街和颐和园。前者以故宫红墙为灵感,融合老北

京建筑美学,以及大宫灯、剪纸、京剧等国粹元素,市集内的商家来自淘宝平台的手工艺特色店铺,如故宫博物院官方旗舰店、晚峰旗舰店等。中国宝贝全新频道“淘宝市集”也在淘宝App内同步上线。

抖音的非遗市集则设在颐和园八方亭广场、东堤、昆明湖冰场及德和园戏台等区域,涵盖非遗工艺、文创产品、食品饮料、服饰配饰等多个品类。活动共设置48个商家摊位,20余位非遗代表性传承人参与现场展示与互动,观众可参与和泥、制香、拉丝、制锅等过程,感受闽南制香、蚕丝织造、铁货制作的工艺细节。

除线下各类游玩和消费活动外,据了解,由北京市商务局组织开展的“2026北京网上年货节”已经启动,活动将持续至3月4日,贯穿整个春节。

## 即买即得兴起

北京电商春节消费另一明显增量则是在即时零售渠道。叮咚买菜相关负责人向北京

## Market focus

# 北京家电数码以旧换新补贴升级



2月9日,《北京市2026年家电以旧换新、数码和智能产品购新补贴实施细则》(以下简称《实施细则》)正式施行。此次《实施细则》对在京个人消费者进一步明确了补贴方式、资格领取和使用流程等。其中,设置线上及线下资格有效期,以及逾期未使用某品类线上或线下资格4次不可再领取相应品类资格等,被业内人士视为对补贴政策精细化升级,其核心是实现补贴资金的精准投放与高效利用。同时,对时效管理和信用约束等的创新设计,也反映出财政资金使用从“重投入”向“重绩效”的治理转型。

## 4次逾期未用不能再领

按照全国统一的品类和标准,《实施细则》提出,对在京个人消费者购买1级能效或水效标准的冰箱、洗衣机、电视、空调、热水器、电脑6类家电产品,以及单件销售价格不超过6000元的手机、平板、智能手表(手环)、智能眼镜4类数码和智能产品给予补贴。补贴标准为上述产品扣除各环节优惠后最终销售价格的15%,每人每类可补贴1件,其中,家电产品每件补贴不超过1500元,数码和智能产品每件补贴不超过500元。

在资格领取方面,个人消费者须通过“京通”移动端完成实名认证后,进入消费品以旧换新页面领取,同一品类限领一个资格,线上、线下不可重复领取。补贴资格于每日10时开放领取,领完即止。同时,线上资格有效期为当日24时截止,线下资格有效期为当周日24时截止,逾期未使用自动失效。失效后仍可重新领取资格,但逾期未使用某品类线上或线下资格4次(线上线下资格分别计算,包括失效、注销、购买后退货等情形),在政策实施期内,不可再领取相应品类线上或线下资格。

“本着‘总额控制、均衡使用、先购先得、用完即止’的原则,按照‘资格领取、资格绑定、购买商品、补贴立减’的方式实施”,《实施细则》强调,补贴资格申领人、付款人、收货人须保持一致。享受补贴的电脑、数码和智能产品须拆封、激活,核验与销售订单商品是否一致,消费者应配合拍摄相应照片。

在中关村物联网产业联盟副秘书长袁帅看来,《实施细则》是对以往补贴政策的精细化升级,核心是实现补贴资金的精准投放与高效利用。“过往补贴政策在执行中可能出现资格滥用、资金浪费等问题,例如部分消费者领取资格后闲置,导致补贴资金无法及时惠及真正有消费需求的群体,同时分散的领取与使用规则也增加了监管难度,通过统一申领入口、设置资格有效期和次数限制,能够从制度层面堵塞漏洞,确保补贴资金流向真实消费场景。”

## “两新”政策进入提质阶段

实际上,自今年“两新”政策发布以来,各地纷纷加速政策落地,出台相关配套细则。2月9日,北京市2026年汽车以旧换新补贴也

同步开放申报。此次申请前,据《北京市2026年汽车以旧换新补贴实施方案》,相关材料的提交进一步简化。

中央统筹和地方创新的实施体系,是“两新”政策高效落地的关键支撑,中央层面负责明确政策方向与总体要求,确保全国范围内政策的统一性与协调性,地方则结合本地产业特色与消费市场实际,细化政策执行路径,形成上下联动的政策实施格局。袁帅表示,以北京为例,该体系既遵循中央关于扩大内需、推动消费升级的总体部署,又结合北京消费市场的数字化水平与居民消费习惯,通过“京通”移动端实现资格统一领取,贴合本地居民的线上办事习惯,提升了政策参与的便捷性。

此外,中国企业资本联盟副理事长柏文喜认为,“从2024年试点到2025年扩围,再到2026年深化,‘两新’政策已经从‘有没有’‘好不好’迈向‘精不精’,进入到质量提升的新阶段。对时效管理和信用约束等的创新设计,既是对前期执行经验的总结优化,也反映了财政资金使用从‘重投入’向‘重绩效’的治理转型”。

北京商报记者 程靓

## 相关新闻

### 最高补贴2万元 北京今年汽车以旧换新开放申报

2月9日,2026年北京市汽车以旧换新补贴政策开放申报,为符合条件的购车消费者提供最高2万元补贴支持。

根据此前发布的《北京市2026年汽车以旧换新补贴实施方案》,本次补贴主要分为“报废更新”和“置换更新”两类。报废更新即“报废旧车、购买新车”,对购买新能源乘用车的消费者,将按新车售价12%给予补贴,最高不超过2万元;购买2.0升及以下排量燃油乘用车的,按售价10%补贴,最高1.5万元。置换更新即“售卖旧车、购买新车”,购买新能源车的消费者可按新车售价8%申领补贴,最高1.5万元。

据了解,北京市汽车以旧换新补贴自2月9日10时开放申报系统。申领报废更新补贴的消费者,可登录全国汽车流通信息管理系统网站或“汽车以旧换新”小程序(全国汽车以旧换新平台),进入“汽车报废更新补贴申请入口”,线上提交补贴申请。申领置换更新补贴的消费者,可通过“北京市汽车以旧换新补贴系统”电脑端网页、“绿交车辆”小程序或“京通”移动端北京市消费品以旧换新专区线上提交申请。

需要注意的是,报废或转让旧车、购置新车有关材料应自今年1月1日起取得;报废的旧车或售卖的旧车应于2025年1月8日前登记在申领人本人名下;每名消费者2026年只能获得一次汽车报废更新补贴或一次汽车置换更新补贴;购买的新能源乘用车应已纳入工业和信息化部《减免车辆购置税的新能源汽车车型目录》;购买新车的发票和注册登记(上牌)均应在北京市开具或办理。