



新春走基层

滩羊不愁卖 枸杞不再土 葡萄酒不高冷 在守与变之间 银川年货叫响全国

记者 沙娜 李海弟 文/图

连日来,随着年味渐浓,宁夏滩羊、枸杞、葡萄酒等特色产品迎来销售高峰,不少商家通过线上线下渠道同步发力,在丰富节日供给的同时,也让本地年货跻身全国消费者的置办清单,成为年货选购的热门之选。在银川,围绕“年”的价值重构正在悄然发生——消费的重心,正从满足基础的衣食之需,向更高层次的情绪体验、文化认同与精神共鸣转移。年货之“守”与“变”,守的是团圆祈福、迎新纳吉的文化内核,变的是承载这一内核的载体、渠道与方式。

年货节里的“羊”经济

“人口少的家庭,直接选10斤装;人口多的家庭,可以选12斤或15斤的半只羊。”2月6日,灵武市宁夏宁彝源牛羊肉有限公司的产品直播间热火朝天,主播杜嘉怡正站在屏幕前,热情地向客户介绍宁夏滩羊,并细致回答关于生产加工、包装发货等问题。朴实的话语、有趣的互动,很快吸引了大量粉丝点赞,直播间稳定观看人数日均达10万人次。

杜嘉怡告诉记者,平时公司安排2名主播,进入1月以来增加至4名,实行三班倒,每天从早上8点直播到次日凌晨1点。“我热爱这份职业,更热爱我的家乡。我家几代人养羊,小时候家里羊卖不出去,父母很发愁;如今借助电商平台,通过我的直播把宁夏滩羊卖向全国,觉得特别自豪。”在杜嘉怡身上,“守”的是对家乡热爱的初心,“变”的是销售渠道。年货节期间虽然忙得不可开交,但直播间里的她始终满怀激情。

线上直播间销售额与粉丝量持续攀升,线下的货物供应组也忙得热火朝天。挑选、称重、装袋、密封、打包,数百袋新鲜羊肉很快分装完成,通过快递发往全国各地。“每天新鲜屠宰,加工后直接真空包装,送入冷冻库,下午由顺丰专机发货,第二天全国各地的消费者就能吃到宁夏滩羊肉。”宁夏宁彝源牛羊肉有限公司电商运营负责人马瑞介绍道。

作为宁夏特色产品之一,羊肉在春节前消费需求持续走高,销量随之大幅增长。马瑞表示,今年年货节与往年不同的是,线上消费者可叠加享受商家、抖音平台及银川市政府三方发放的补贴优惠。自1月起,公司进入年货节备战状态,日均成交单量达2000单;2月5日起,羊肉销售迎来高峰期,日成交单量攀升至5000单,日成交额达200万元。



葡萄酒迎来销售旺季。

生产线上的“红色加速度”

枸杞是宁夏对话世界的“红色名片”。随着春节临近,百瑞源旗下枸杞干果、枸杞原浆、锁鲜枸杞等系列产品迎来销售高峰,其中今年新推出的马年限定礼盒尤其供不应求。

“马上有钱”“马到成功”等谐音祝福,是年货市场的通用密码。宁夏枸杞博物馆经理叶倩介绍:“今年我们推出生肖款马年限定礼盒,内含枸杞原浆和锁鲜枸杞,1月5日上市以来深受客户认可和喜爱,目前已销售近1万单,全面断货。”在她看来,如今的消费行为本身就是文化认同的表达——无论是礼盒的外包装设计,还是对本土产品文化的融合,都在为产品增添文化厚度与独特价值。

走进百瑞源枸杞股份有限公司生产车间,员工们已进入紧张忙碌的工作状态。接连不断的订单,让企业在春节前迎来了产销两旺的高峰期。

“400毫升装枸杞原浆,平常月销量在15000盒左右,年货节期间突破3万盒,成倍增长。高端产品也呈现明显上升趋势,日常销量六七百盒,年货节已突破1500盒。”百瑞源枸杞股份有限公司生产中心办公室主任杨帆介绍。今年年货节备战时间比往年提前了2个月,从去年12月开始,车间所有员工便加班加点赶订单,整体订单量较平时增加1倍以上。



百瑞源枸杞股份有限公司生产车间。

年轻人要“甜”更要“情”

春节临近,贺兰山东麓葡萄酒也迎来销售旺季。各大酒庄线上线下同步发力,抢占年货节市场“大蛋糕”。往年各酒庄以淘宝、京东、天猫等传统电商平台为主,而今年,随着互联网发展及消费者生活与行为习惯的转变,邀请网红直播带货成为主要的销售渠道。

“直播经济竞争越来越激烈,我们就想尝试多元化发展,比如与农户、网红达人、专家教授、官方媒体等合作。”宁夏类人首酒业有限公司总经理冯迎尊介绍,“年货节期间,每天都有三四场不同时段的直播,销量也随着直播渠道的丰富而逐渐增长。”

在酒庄的酒窖里,网红直播带货的吆喝声此起彼伏;生产车间内,工人们正忙着装箱、打包、发货,将贺兰山东麓葡萄酒发往全国各地。“日常一天销售800到1400件,这个月日销量基本翻了一番。”宁夏类人首酒业有限公司董事长冯清告诉记者。

他介绍,今年主打“马年纪念标”葡萄酒,消费者购买的不仅是一瓶酒,更是一份承载着新年祝福的文化伴手礼。这种“文化赋能”的尝试,正是为了提升产品在年货礼品市场的差异化竞争力。

“今年葡萄酒的消费趋势更加年轻化,年轻人更喜欢桂花蜜酒、蜜茶酒等口感偏甜的品种,希望能从中获得情绪价值。”冯清说。情绪消费的崛起,彰显出“个人情感表达”在年货销售中的权重提升,也成为今年年货市场“变”的最鲜明特征。

年货市场的新变化,生动折射出消费需求的转变和经济发展的活力。它不仅是简单的买卖,更是一场关于味道、情感与文化的双向奔赴。这背后,是银川特色产品知名度和美誉度在全国范围内的持续提升,更是银川本土文化自信的生动体现。希望未来有更多“宁味”特色好物,走出宁夏,走向全国。