

# 元宵节里的本地消费

继春节开门红后,元宵节再掀本地消费热潮。汤圆、元宵成为餐桌上的C位,节日当天销售量也实现翻倍增长。2月5日,北京商报记者从多家零售、老字号企业处了解到,各色元宵、汤圆销量大涨,创新口味也受到消费者关注。此外,护国寺小吃、紫光园、庆丰包子铺等北京餐饮借时令餐品招揽食客,不仅销量好于往年,手摇元宵更是成为一景,持续释放消费潜力。

除了餐饮消费延续好势头,本地游市场同样升温。赏花灯、猜灯谜等活动火爆,带动旅游市场快速复苏。2月5日,北京商报记者了解到,北京世园公园、古北水镇、前门大街等景区近两天人头攒动,不少游客前往赏花灯。部分OTA平台的数据显示,近一周“夜游”“灯会”关键词搜索热度较去年同期翻倍。

春节假期后,不少人开始返乡,但消费者出游的热情不减,逐渐把目光从长线游拉回,周末的本地游市场迎来大复苏。

## 汤圆、元宵 节日当天销售量实现翻倍增长

元宵节前一周,北京地区汤圆、元宵外卖订单量环比分别增长约2倍、1.2倍,汤圆占比超过八成



## 元宵与汤圆 新做法圈粉 黑芝麻最火

正月十一一早,北京稻香村门店门口排起长队,等待购买新鲜的元宵。除现场摇制外,今年在北京稻香村各线下门店里售卖的元宵,不仅延续了往年的什锦口味,还恢复推出了椰蓉元宵,都是十分受欢迎的传统味道。散装元宵有20个30元、20个45元的两种包装可以选择。另外,礼盒98元,内装3斤元宵。

而汤圆产品方面,北京稻香村既推出了黑芝麻、桂花山楂等传统馅料,也有黄米奶香、黄米榴莲、金沙奶黄等年轻人喜爱的流行味道,更有专为喜欢低糖口味的顾客准备的两款糖醇汤圆。

打开微博、微信等社交平台,时常可以看到品牌粉丝发布黄米汤圆的创新烹饪方式。

盒马App上,福兔汤圆上架后快速“圈粉”消费者。不少消费者给出“可爱”“有创意”的评价。

据悉,今年北京稻香村元宵总计划量近80万公斤,较去年增加了8%左右;汤圆总计划220万袋,比去年增加了10%左右。从目前的销售趋势看,元宵、汤圆在节前基本上是供不应求的一个状态,同时也在加大产能,尽最大努力保障节日供应。

同时,北京稻香村在第十八营业部开设了现摇元宵,顾客在买元宵的同时,还可以感受到传统节日里的民俗文化和浓浓的节日氛围。

元宵节前夕,汤圆、元宵的销售在外卖渠道便实现可观增长。饿了么数据显示,元宵节前一周,北京地区汤圆、元宵外卖订单量环比分别增长约2倍、1.2倍。从订单占比来看,汤圆占比超过八成。

在北京,汤圆外卖里最受欢迎口味前五的分别是赤豆汤圆、巧克力汤圆、黑芝麻汤圆、芋泥汤圆、玫瑰汤圆。黄米、酒酿等口味汤圆在北京的销量较去年同期有明显增长,其中黄米口味汤圆同比增长近6倍。

美团数据显示,2月1日以来,“元宵”和“汤圆”的搜索量分别环比上涨1317%、175%,即时零售销量分别环比上涨253%、39%。黑芝麻汤圆的销量最高,环比增长95%。尤其北京地区,“黑芝麻汤圆”销量环比上涨186%。全国“肉汤圆”的销量环比增长17%。其中,上海的“肉汤圆”销量环比上涨75%,杭州上涨316%。

## 餐饮 借时令餐品吸客

“元宵节”元素在餐饮市场持续释放消费潜力。护国寺小吃起源店的榴莲馅元宵今年销量好于往年,每天100斤现摇元宵上架即被一抢而空。老北京餐厅紫光园在抖音、大众点评推出了伍仁、山楂、黑芝麻、巧克力四种石磨摇滚大元宵,并开通堂食套餐、自提套餐、外卖等多种服务以满足年轻人个性化的就餐需求。

据悉,紫光园门店线上、线下元宵的日均销量能达到上万斤左右,山楂和黑芝麻口味销售最为紧俏,线上套餐也为门店带来不少年轻顾客。

部分餐饮店还推出了山楂、巧克力、榴莲等馅料元宵,成为今年元宵节北方地区的新晋选择。其中,酸甜可口的山楂馅在沈阳关注

度高于其他城市,相关口味的搜索量周环比增长450%;软糯细腻的巧克力和榴莲元宵则在北京的关注热度最高。

北京华天旗下的庆丰包子铺等品牌今年均加大了汤圆等产品的备货量。同时,多家知名餐饮品牌元宵节的包间早已经全部预订完毕。

在惠丰门丁肉饼店,每年元宵节都不会缺席的手摇元宵近日也如期开售。相关负责人表示,今年共推出8种口味的手摇元宵,除了玫瑰豆沙、五仁、桂花、黑芝麻等口味,还有木糖醇元宵。每年元宵节前一周,店里就会准备摇制手摇元宵,顾客可以购买手摇元宵回家品尝,还可以选择店内堂食。

**北京**  
围绕“欢欢喜喜过大年 张灯结彩闹新春”主题,开展各类群众文化活动  
**200项 345场**

**古北水镇**  
元宵节前后景区入住率超90%

## 景区 “夜游”“灯会”热度翻倍

“千门开锁万灯明,正月中旬动帝京。”元宵佳节,赏花灯、猜灯谜等活动必不可少,旅游市场也因此变得更加热闹。

今年元宵节也恰逢周末,各大景区早已熙熙攘攘。北京世园公园的工作人员告诉北京商报记者:“2月4日周六,也正值立春时节,就有很多游客前来赏灯,基本集中在晚上,大概得有2万多人。”

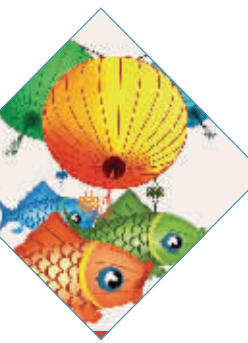
同样火爆的情况也发生在古北水镇。古北水镇的相关负责人表示,长城庙会过大年主题活动一直持续到元宵节,景区张灯结彩热闹非凡,春节假期后古北水镇依然游人交织热度未减,元宵节前后景区入住率超90%,不少游客前来赏花灯、微度假欢度佳节。

飞猪数据显示,截至目前,元宵节景区门票预订量同比增长34%。据携程数据,近一周“夜游”“灯会”关键词搜索热度较去年同期翻倍,截至2月3日下午,周末国内门票订单量同比增长638%,国内酒店订单量同比增长

273%。可见,人们出游的热情持续高涨。

此时,便有众多旅游企业纷纷推出相关活动吸引消费者。据了解,杭州时隔11年重启元宵节烟火秀,带动烟花燃放区钱塘江南岸奥体中心周边酒店客房火爆。乘游轮夜游钱塘江也成为杭州市民赏烟花的热门方式,飞猪数据显示,自春节以来,预订钱塘江夜游的票张数环比节前上涨624%。上海豫园灯会、自贡中华彩灯大世界、大唐芙蓉园新春灯会、西安城墙灯会、深圳湾区超级灯会等热门灯会搜索热度大涨。

具体到北京,元宵节期间,北京市将围绕“欢欢喜喜过大年 张灯结彩闹新春”主题,开展各类群众文化活动200项、345场。在各大文旅商融合集聚区、网红打卡地、微度假目的地,也有众多文旅体验活动。据了解,前门大街也推出了元宵节相关活动,包括麒麟东前门新春兔爷版正式亮相、兔兮聚元宵、助力老字号等活动。春节假期后的首个周末,旅游市场依旧红红火火。



**杭州钱塘江**  
时隔11年重启元宵节烟火秀  
自春节以来,预订钱塘江夜游的票张数环比节前  
**上涨624%**

◆上海豫园灯会  
◆自贡中华彩灯大世界  
◆大唐芙蓉园新春灯会  
◆西安城墙灯会  
◆深圳湾区超级灯会等热门灯会搜索热度大涨

## 出行 微度假热度再起

“从春节到元宵,2023年第一个月大家的旅游热情得到空前释放,许多人将假期延长,享受了三年来的首次长假,机票、酒店预订量都达到三年峰值。”去哪儿CMO黄小杰分析道。

家住北京的刘霞告诉北京商报记者:“元宵节过后,还有一周孩子们就该准备上学了。今年旅游回到了正轨,我们便可以周末带孩子到处逛逛,以本地为主,甚至可以计划到周边近距离的省市参观、游览。”

立春已过,在春暖花开的季节,国内旅游业将持续回暖,赏花、游船等本地玩法也将被消费者提上日程。同时,在疫情过后,周末微度假也将成为本地游、短途游的主流。

在资深旅游专家王兴斌看来,春节、元宵节以后,旅游主流就基本回归到周末的本地旅游。但这三年以来,受疫情影响,长距离旅游的机会非常少,中、远程旅游被抑制住,所以今年的旅游市场和往年有点不一样,除了本地、近距离旅游以外,人们还可能选择到中远程的旅游目的地,特别是那些风景好、文化资源丰富的著名旅游目的地旅游。

“作为旅游企业来说,要做好多方面的准备,兼顾本地、长线等多种旅游产品,进一步丰富产品形式、内容,了解消费者当下的消费习惯,更好地满足旅游消费需求。”王兴斌还谈道。

北京商报记者 吴其芸 王维祯

# 黄光裕不再控股 国美又添变数

在十多次减持手中国美股份后,国美创始人黄光裕“被动”了一次。2月5日,黄光裕不再是国美的控股股东、国美所持中关村股份被强平的信息搅动市场。对于减持这件事,深谙游戏规则的黄光裕已从2021年底就已经开始了,减持、贷款、债转股时有发生,一门心思为“亲儿子”国美收拾残局。只不过,接连的股份冻结、强制平仓无不昭示着,命运多舛的国美仍然被困在债务的沼泽中,仍旧期待着能有解决之道。

## 控制权没易主

近日,北京中关村科技发展(控股)股份有限公司(以下简称“中关村”)在深圳证券交易所发布公告,中关村称其收到公司控股股东国美控股集团有限公司一致行动人国美电器有限公司出具的《告知函》。该《告知函》显示,国美零售已无控股股东,创始人黄光裕在国美失去了控股股东的席位。

“没有控股股东,意味着眼下大股东们各自所持国美股票数量已相差不多。”广科管理咨询首席策略师沈萌告诉北京商报记者,这与黄光裕从2021年就开始在资本市场频繁减

持的动作不无关系。

港交所披露的数据显示,2022年1月,黄光裕持股比例为59.94%,而到了今年1月11日,在经过多次减持之后,黄光裕的持股比例已经降到了10.79%,与国美零售的第二大股东寰亚国际资本10.21%的持股比例已十分相近。双方持股比例仅有0.58个百分点的差距在一定程度上意味着:如果黄光裕继续减持,很有可能将面临被二股东挑战的局面。

深谙资本规则的黄光裕很快坐不住了。截至1月6日,黄光裕利用旗下Shinning Crown和国美管理两家公司,为国美提供了7.8亿港元无息贷款。1月18日,黄光裕以0.115港元/股的价格将债款转换成股本。债转股完成之后,黄光裕对国美零售的持股比例重回25.66%。

“但持股比例和公司的实际控制权并不是直接画等号的。”沈萌向北京商报记者解释,黄光裕仍然可以通过对公司人事任命、董事会决策等影响力来实际操控公司业务。中关村发布的公告中也显示控制权并没有随着控股股东的消失易主,明确表示“黄光裕先生仍为公司实际控制人”。

尽管黄光裕仍然能够通过种种途径控

制董事会决策,但沈萌认为,黄光裕如今已经失去了大股东的“保险杠”,仍然面临着许多不确定性。“虽然黄光裕目前还是公司的实际控制人,但并不排除未来会有变动。”沈萌说道。

北京商报记者就黄光裕目前在集团内部具体负责哪些业务以及对集团战略的干预程度两方面向国美相关负责人提出问题,截至发稿,暂未获得该负责人的回应。

## 核心还是流动性

根据中关村的公告,2月1日至3日期间,国美控股在中信证券客户信用交易担保证券账户所持有的部分公司股份被中信证券强制平仓,被动减持数量为1562.1万股,占公司总股本的比例为2.07%,涉及金额1.03亿元。公告称,减持获得资金全部用于归还国美控股在中信证券的融资。

“之所以会出现企业被强制平仓,这个归根结底还是因为企业资金流动性有问题,公司的钱腾挪周转有困难。”沈萌表示,在进行加杠杆等资本运作之后,企业持有的股份下跌到一定程度,而又无法追加券商所要求的

保证金,在这样的情况下,券商就会对其质押融资的股份进行强制平仓,“一定程度上反映了国美目前的被动局面”。

与此同时,中关村接连于2月2日、3日发布了两份股份冻结公告,公告显示,在连续2次的股份冻结之后,截至2月3日,国美控股持有的中关村公司股份已经累计被冻结9465.4万股,累计冻结数量占所持股份的45.24%。

债台高筑,对于国美来说早已不是秘密。根据国美零售在港交所发布的公告,2022年前三季度,国美销售收入将同比下滑55%至60%左右,2022年全年业绩也预计将出现大幅下滑。财报数据显示,截至2022年6月30日,国美所拥有现金及现金等价物为24.1亿元,同期经营活动现金流5535.3万元。同一时间,国美总负债规模却达到了585.7亿元,其中,国美需要在1年内偿还的银行借款和其他借款有229亿元。

## 下坠没有停止

国美披露的公告中明确指出,黄光裕旗下公司所提供的贷款将“贷款所得款项将由集团用作一般营运资金”。国美内部人士向北

京商报记者透露,黄光裕所提供贷款将会被用于支持国美零售流动性和解决员工部分工资问题。

黄光裕在资本市场频频出手的同时,黄光裕的妹妹黄秀虹挑起了大梁。今年1月,在“国美真快乐”App重新更名为“国美”之后,时任国美电器董事长的黄秀虹在1月底的内部会中做出表态:“我们好像总是打不到关键点上,总是在试错,是战略规划的问题还是战术打法的问题?这些都值得我们不断反思。”此外,黄秀虹也明确表示“活下去”是国美当下发展的核心要素。

不过,从黄光裕“力争用未来18个月的时间,使企业恢复原有的市场地位”的豪言壮语,到黄秀虹“总是在试错”的反思,国美似乎并没有因为这些口号停止下坠。

“国美的业绩在未来2-3年内,依旧不会有大幅度的增长,国美仍然需要重新调整独立建平台的思路,重回家电及厨卫品类供应链和物流服务的主营业务,并通过京东、拼多多、抖音、快手、淘宝天猫等电商平台和微信的社交平台降低获客和运营成本重获增长。”零售电商行业专家庄帅说道。

北京商报记者 赵述评 乔心怡