

厦门年货消费市场红火

春节期间文旅产品好戏连台

农历兔年春节将至，年货市场消费红火。近日，不少商超已提前“预热”，推出了各式年货活动。厦门本地商超年货品类全、优惠多、包装新颖。其中，预制菜和保健品受到厦门市民偏爱。此外，年货的选购方式多种多样，有的还提供同城配送和热菜的服务。

年前年货优惠多 车厘子预售送到家

在厦门吕岭路的一家连锁超市，各式卡通兔造型的对联、窗花、灯笼等摆放在入口。道路中间摆出糖果、坚果、酒水、零食礼盒等年货产品专柜，组成了一条“年货大街”。其中，有不少产品都推出了“兔年限定”礼盒和新春包装，有的还推出了满减返利、买一送一等优惠促销活动，吸引了不少厦门市民购买。

“我们的年货从一个多月前就开始陆续上架了。”该店一位导购员介绍，糖果、白酒等都是热门年货产品。为吸引市民购买，近期特定品牌的零食、坚果等推出了满减送购物卡的活动，部分白酒则推出折扣出售、加一元送一瓶等活动。除了线下购买，消费者也可以在线上

选购同款年货，由商超进行同城配送。

在水果区，小盒分装的车厘子人气颇高，货架上已所剩不多。J 级果、JJ 级、JJJ 级果每盒(约 250 克)售价分别为 18.8 元、19.9 元、45.9 元。一名工作人员介绍，超市还在线上开启了车厘子预售活动，线上下单后可直接送货到家。“现在线上线下都可以买车厘子，而且很新鲜。我先买了一斤多给孙女尝尝，等过年前再成箱买。”厦门市民黄阿姨说。

预制菜开专区 保健品热销

佛跳墙、毛血旺、东坡肘子，还有闽菜、川菜、淮扬菜……在厦门嘉禾路一家连锁超市的冷冻食品区，由几十种预制菜组成的专区十分亮眼。这些预制菜来自近十个餐饮品牌，涵盖了面条、包子、汤、凉菜、鸡鸭鱼肉等菜品，单价从 12.9 元到 169 元不等，还推出了包含多种预制菜的组合套餐。除了满减优惠，部分商品还提供免费加热和一次性碗筷等服务。

“这些预制菜热几分钟就可以吃了，因为方便、快捷，更

受到年轻人士的欢迎。”该店一位导购员称，为满足市民不同的口味需求，今年商超上架的预制菜品类更多。其中，带餐具包装的佛跳墙预制菜是热门产品，回购率较高，此前一天能卖近 80 份。

今年的年货消费中，“囤健康”也成了一大主题。导购员介绍，近期有不少市民选购保健品赠送亲友，店内的蛋白粉、阿胶糕等迎来热销。“给父母家人买了一千多元的保健品。‘阳康’之后身体有点虚，想吃点补品提高免疫力。”厦门市民林女士说。

发 700 万消费券 文旅产品好戏连台

1 月 11 日上午 11 点，厦门文旅微信公众号发放 700 万元文旅消费券，全市特色文旅促消费活动随之拉开帷幕后。今年春节期间，厦门市将呈上丰富文旅产品和服务，以“新年新福运”为主题，推出促消费、迎新年、惠民生系列文旅活动，在营造浓厚新年氛围的同时，满足人们多元的新年消费需求，激发市场活力。

春节期间，厦门还将开展“2023 新春厦门文旅云上大集

活动”，运用多媒体手段对文旅产品进行云展示，打造“厦门文旅产品春晚”。厦门众多文旅企业以“新年新福运”为主题，顺应文旅消费新趋势，设计了涵盖五大系列的 500 多款新春文旅产品，以优惠的价格及优质的服务，丰富和优化高品质文旅产品供给。

从春节到元宵，厦门市在线上线下推出百场文旅深度融合的精彩体验活动。各大书店将举办“书香过大年悦读领红包”系列传统文化嘉年华活动；故宫鼓浪屿外国文物馆将举办“宫里过大年、过元宵”系列活动；园博苑的 2023 年春节郁金香花展及海洋岛春节大地花卉展、元宵花展增添年味；同安将于过年期间举办首届温泉养生季活动；“长江流域青铜文明特展”三星堆文物展在厦门市博物馆开展……

在元宵节当天，“2023 缤纷元宵福运厦门文旅实景体验活动”将登场，厦门市文旅局指导文旅企业挖掘春节和元宵节优秀传统文化内涵，打造元宇宙祈福、潮汐之眼浪漫告白、元宵国潮灯会等文旅融合新场景，邀请厦门市民和游客沉浸式体验。

(蒙婧 吴君宁 来源:厦门日报)



瑞幸咖啡正在悄悄进入新加坡市场。

来自厦门的品牌瑞幸咖啡近日在招聘网站 JobStreet 上发布了招聘帖子，招聘新加坡门店经理，薪资为 3800 新元-4900 新元(约合 19000 元人民币-25000 元人民币)。同时，瑞幸咖啡还将招聘市场经理、项目经理、高级工程师等职位，这些岗位的应聘要求略高，薪资尚未披露。

这家公司还称，“瑞幸咖啡以‘创造世界级咖啡品牌，让瑞幸成为人们日常生活的一部分’为愿景，目前正在进行新加坡市场的前期开拓测试。瑞幸咖啡的业务核心仍聚焦在中国市场。”

根据瑞幸咖啡 2022 年第三季度财报显示，它的门店总数达到 7846 家，其中自营门店 5373 家，联营门店 2473 家。这一数字已经超过了星巴克。此外，瑞幸咖啡第三季度总净营收为 38.946 亿元，与 2021 年同期相比增长 65.7%。净利润为 5.286 亿元，而 2021 年同期则为亏损。

门店扩张节奏和财务状况表现都不错的瑞幸咖啡，显然需要找到未来的增长空间。除了不断下沉之外，海外

来自厦门的品牌 瑞幸咖啡进军新加坡



市场必然是一个选择。

事实上，不仅仅是瑞幸咖啡，不少茶饮品牌也已经选择东南亚市场进行扩张。2018 年，蜜雪冰城以品牌英文名“MIXUE”，在越南河内开出首店，到 2021 年 12 月，当地门店规模已突破了 200 家。以越南为跳板，蜜雪冰城的触角向印尼、缅甸、老挝等周边国家开始延伸。2021 年 12 月，蜜雪冰城进入马来西亚，到今年 2 月开始进军新加坡。目前，这个来自中国的茶饮品牌在东南亚已经开出了 1000 家店。

新加坡被瑞幸选择出海的第一站，主要是因为当地的咖啡文化和巨大的市场潜力。据统计，新加坡人均每年消耗约 2.6 公斤咖啡，是一个咖啡文化

较为成熟的国家。而从新加坡为起点，瑞幸咖啡又可以辐射到东南亚各国。

根据 Euromonitor International 的数据，2019 年东南亚六国——印尼、马来西亚、菲律宾、新加坡、泰国和越南的咖啡零售额达到 65 亿美元，2014-2019 年复合年增长率为 6%，高于同期 5% 的全球平均水平。

由此可见，东南亚也是全球咖啡消费增长最快的地区之一。

此外，新加坡是一个进入东南亚市场较为理想的前哨站。从公司运营来看，新加坡是一个较为成熟的市场，其法律法规更为完善，税收制度也颇有吸引力，是不少跨国公司建立亚洲总部的选择。

而对于咖啡品牌而言，它

则有更大的优势，新加坡是一个自由港，与 20 多个不同的国家和地区签订了自由贸易协定，是连接亚洲和世界主要咖啡生产市场和咖啡消费市场的理想纽带。而咖啡商的货仓若设在自由贸易区内将无须支付进口税，对咖啡进出口从业者来讲有很大的吸引力。

从新加坡出发，瑞幸咖啡则能够为其进入东南亚其他国家做足准备。

在新加坡市场，瑞幸咖啡将直面模式相同的竞争对手。2020 年成立的 Flash Coffee 被当地华人称为“新加坡瑞幸”，其门店的小店模式恰好借鉴于瑞幸咖啡，用户可通过 App 快速点单和付款，即买即走，价格便宜性价比极高。

近来，瑞幸咖啡在产品研发上确实有所突破。

瑞幸咖啡现在采用的是“高 SKU 数、持续推新重点做爆”的产品策略，我们熟知的“生椰拿铁”“椰云拿铁”等爆款便是出于此。这些爆款饮料不仅仅捕获了年轻人的味蕾，也对销售额的增长做出了实质性贡献——现在，它要带着这个模式出海，寻求突破。

(李昱茹 来源:《界面财经》)

建发股份 拟收购美凯龙股权

近日，建发股份发布公告，称其正在筹划重大资产重组，拟通过现金方式协议收购美凯龙不超过 30% 的股份。

建发股份表示，此次交易尚处于筹划阶段，公司尚未召开董事会审议本次交易事项，双方尚未签署股权转让协议。具体交易方案仍需进一步协商和确定，并需按照相关法律、法规及公司章程的规定履行必要的决策和审批程序，本次交易尚存在重大不确定性。

据公告，截至 2022 年 12 月 31 日，美凯龙总股本约 43.5 亿股，包括 A 股 36.1 亿股及 H 股 7.4 亿股，控股股东红星美凯龙控股集团有限公司直接持有美凯龙约 60.12% 股份。

(李晓平 来源:厦门日报)

兔元素金饰热销

临近春节，黄金消费市场也迎来旺季，厦门市民开启了“买买买”模式。尽管最近金价持续走高，但仍挡不住消费者的购买热情，各式各样的兔年转运珠、可爱灵动的兔子造型金挂坠备受青睐。

SM 城市广场、宝龙一城、厦门集美世茂广场等地的金店各柜台内，兔年生肖黄金饰品被摆放在最显眼的位置。集美世茂的六福珠宝金店店员黄先生说，近期多数客人来选购的都是与生肖有关的饰品，有的款式店内都没有现货了，得先预订调货。多家周生生、周大福等品牌金店内，均有售卖立体兔子的转运珠，这些兔子饰品造型灵动，有擦着腮红的“化妆兔”、有带着虎头帽的“拜年兔”、有坐在月亮上的“奔月兔”，还有拿着魔法棒的“可爱兔”……

有商家们将玉打造成经典可爱的兔子形象，再加上黄金点缀，使得整条吊坠有创意，还有“玉兔呈祥”的美好寓意，因此备受顾客青睐。(张玉榕 来源:厦门日报)

厦门地区多家 快递公司春节不打烊

随着春节临近，年货“春运”拉开序幕，快递行业也迎来新一波业务高峰。春节将近，厦门多家快递公司继续喊出“春节不打烊”。

“顺丰已持续 16 年‘春节不打烊’了，今年也会是如此。”厦门顺丰相关人士说，一线从业人员已陆续“阳康”、正常上岗。除个别网点外，通过三线支援和招聘同城骑士、小时工弹性调度等方式，厦门地区的顺丰网点配送运力基本恢复至正常水平。

今年春节，德邦快递依然推出“节日不休”服务举措。此外，中通、韵达、圆通、菜鸟裹裹、京东物流等快递公司也均宣布“2023 年春节不打烊”。菜鸟裹裹方面还表示，今年春节期间，菜鸟裹裹将加大补贴力度，对消费者用户春节寄快递不加价。

(叶子中 来源:海西晨报)