

增长11.7%! 新春消费“火力全开”

昨从市商务局获悉,春节期间,无锡消费市场人气旺盛、活力十足。全市重点监测的55家商贸企业和综合体预计实现销售额超9.98亿元,同比增长11.7%。

以旧换新稳步提升

春节期间,无锡推出了“乐享新春·巳巳如意”促消费旺文旅十项措施,其中“焕新生活”以旧换新消费补贴八大行动力度满满,涉及家用电器、绿色节能家电、老年人“焕居”“换居”等方面。在补贴刺激下,3C、家电、汽车等消费品换新稳步提升。

苏宁易购相关负责人介绍,在春节期间,苏宁易购家电销售额达1279万元,同比增长21%,其中3C销售额达728万元,占比达57%,苹果品牌的售卖更是火爆,销售额达387万元,占3C产品销售额53%。国网智慧广场华为旗舰店日均客流3000人次,总销售

额约560万元,同比增长50.6%。

今年,无锡在国补和省补的基础上,加力扩围实施消费品以旧换新政策,发放“乐享新春”市级汽车消费补贴,每辆车最高可享受2.4万元优惠。长假期间,汽车销售门店迎来客流高峰,截至2月3日,全市305家参与车商获得订单4800辆,销售金额预计9.8亿元,其中新能源汽车占比超过一半。

据无锡市商务局统计,在“政策+活动”双轮驱动下,截至2月3日,全市家电类累计成交笔数超2.9万笔,销售金额1.2亿元;3C数码类累计成交5.5万笔,销售金额1.8亿元。



消费市场红红火火

无锡分会场在央视春晚的惊艳亮相吸引无数游客“来锡过大年”,带动消费红红火火。

滨湖万达推出金蛇迎春联欢会、非遗文化皮影戏等迎春活动;万象汇举办舞狮辞旧岁、新春年货市集等活动;融创茂新年非遗年货市集、新春游园会、鱼灯祈福夜游等活动轮番上阵。除夕以来,滨湖

区内滨湖万达、万象汇、融创茂累计客流53万人次,同比增长11%;实现销售额4867.8万元,同比增长10.1%。

新开业不久的MEGA明珠二次元主题商场吸引众多游客前来打卡,特别是A3全国首店,每日客流均在5000人次以上,已实现销售额约10万元。大年初一至初

七,大东方百货围绕消费热点为广大市民带来心动优惠和优质体验,如服饰类/女鞋满500减50、女装满1000减100、化妆品满600减100、黄金至高克减80。大东方百货相关负责人介绍,在高涨的消费热情下,多个品牌迎来“开门红”,拉珂蒂尔、ELSEWHERE等品牌1月销售额突破100万元。

蔬菜水果货足价稳

春节前后,市民生活必需品消费旺盛,全市各级商务主管部门加强生活必需品市场监测,指导重点保供市场主体畅通产销衔接渠道,根据假期消费特点和不同消费群体的个性化需求,加大采购、调运和备货力度,满足人民群众消费需求,确保节日期间蔬菜、肉类等生活必需品供应量足价稳。

在朝阳蔬菜市场,冬笋、百合等花式礼盒相继推出,蚕豆、水芹等热门品种也将迎来上市高峰。为保障春节期间市民“菜篮子”量足价稳,市场多渠道备货,蔬菜市场动态库存保持在8000吨左右。

水果市场上,精品水果礼盒畅销,苹果、耙耙柑、脐橙、砂糖橘、车厘子等多个热门品种价格较往年同

期有所下降,其中红富士苹果均价2.7元/斤,同比下降15.1%;车厘子均价20.8元/斤,同比下降34.1%;青皮甘蔗均价1.4元/斤,同比下降63.7%;草莓均价8.4元/斤,同比下降13.1%。

此外,麦德龙、山姆超市、大润发、大统华、华润万家、吉麦隆等连锁超市货源充足,供应稳定。
(晚报记者 陈婧怡/文 还月亮/摄)

春晚带流量+交通更便利 春节假期 180万游客 去了宜兴

本报讯 据宜兴市全域旅游大数据平台监测,春节假期前七天宜兴共接待游客171.2万人次,同比增长31.2%,预计八天共接待游客超180万人次,同比增长超30%,预计旅游总收入超22亿元,同比增长60.6%。2月4日,宜兴市经济运行分析会举行,这份文旅成绩单“上会”了。

从传统景区到新兴小镇,从自然风光到人文活动,游客的选择更加多元。像窑湖小镇、雅达·阳羡溪山小镇等,凭借独特的民俗表演、灯光秀、烟花秀等活动,满足了游客对休闲度假、文化体验的多重需求。此外,文旅IP效应凸显,也成为宜兴文旅在今年春节期间的“亮色”。宜兴深挖陶文化、东坡文化等特色文化,打造了“龙窑过大年”“阳羡过大年”等文旅IP。陶二厂、雅达·阳羡溪山小镇等作为新兴旅游市场主体,将非遗文化与民俗文化融合,实现了文化与旅游的深度融合。

春晚分会场溢出效应显著,宜兴迅速抓住这波“春晚流量”,利用流量契机与精准营销推出新措施,激发了游客的出行意愿。春节以来,窑湖小镇累计接待游客26.3万人次,年初二游客量创历史新高,达7.2万人次,在宜兴全域旅游集合中力拔头筹。雅达·阳羡溪山小镇年初一、年初二两天共接待游客5.12万人次,同比增长25%,并带动了周边乡村民宿的满房消费,拉动了当地旅游经济。

宜兴春节期间出现文旅消费热潮,除了产品升级与创新供给、节庆氛围与民俗魅力等因素以外,交通改善与区位优势也可圈可点:沪苏湖高铁开通、竺山湖隧道通车,让宜兴交通更加便捷,缩短了与周边城市的时空距离,融入长三角地区的“1小时交通圈”,使更多游客将宜兴纳入周末游、短途游的选择范围。(何小兵)

近一亿! 春节档无锡票房领跑全省

本报讯 截至2月4日19点,无锡春节档票房已经突破了9707.59万元(含服务费),总出票数量超191万张,票房同比增幅高达33.7%,位居全省第一。无锡金逸影城(光美荟聚店)江苏票房排名第一,在全国排名中位列第十一位。

为何蛇年春节档会如此火爆呢?无锡多家影院相关负责人表示,今年的春节档电影题材多元、类型丰富,涵盖了喜剧、动作、科幻、奇幻等多种类型,满足了不同年龄段人群的观影需求。同时,这些影片的主创阵容强大,市场关注度高,吸引了大量观众走进影院。

国家电影局启动的“全国电影惠民消费季”活动也为春节档电影市场的火爆贡献了一份力量。该活动合计投入不少于6亿元观影消费补贴,有效降低了观众的观影成本,激发了观众的观影热情。无锡积极响应这一活动,累计发放了260万元惠民观影券,直接带动了1300万元的票房规模。

在影片宣发方面,电影发行团队同样想尽了办法。如《封神第二部:战火西岐》率先拉开了春节档的宣发序幕,通过社交媒体



和大数据分析,精准触达核心观众。《哪吒之魔童闹海》团队推出“哪吒春运回家”短视频引发共鸣。《射雕英雄传:侠之大者》在社交平台掀起全民互动,共创“江湖挑战令”,话题播放量超2.1亿次。无锡海岸影城相关负责人表示,如今电影的宣传方式已从传统的明星见面会、影院预告,进化为短视频种草、社交互动等宣发策略的多样化布局,让春节档电影提前“破圈”,引爆热潮。

值得一提的是,今年的春节档

电影还不仅仅局限于影院这一单一消费场景,许多影片都与相关景区进行了联动,为观众提供了更加丰富的观影体验。如《唐探1900》在乐陵影视城搭建的实景拍摄场地成了当地文旅地标,吸引了大量游客前往参观。在无锡,也有许多市民选择打卡与电影中相似的场景。市民小张表示:“我一直很喜欢《封神》系列电影,这次看到电影中有些场景和无锡的某些历史遗迹很像,就特意去打卡拍照,感觉非常有趣。”(璎珞/文 张轶伦/摄)