

春节旅游消费有哪些新趋势?

传统文化游、冰雪游、避寒游受追捧

春节将至,记者综合多家旅游平台、旅行社的春节旅游产品预订数据发现,2025年春节旅游市场火爆,传统文化游热度大增,冰雪游和避寒游“一冷一热”受欢迎,“一家一团”类产品受到广泛关注。

2024年12月4日,春节申遗成功,人们对中国非物质文化遗产的热情与关注高涨。此外,在《黑神话:悟空》的带动下,自2024年暑期以来,传统文化游热度持续攀升。

飞猪数据显示,截至目前,平台上包含非遗景点、非遗体验等内容的“非遗游”相关搜索热度环比上月增长133%。逛灯会、庙会,赏民俗歌舞表演,穿汉服旅拍等是热门体验项目。

除传统文化游外,冰雪游和避寒游在春节假期也迎来爆发式增长,呈现“南北互游”的格局。中国旅行社协会联合途牛发布的《2025春节旅游消费趋势报告》显示,哈尔



游客在哈尔滨冰雪大世界园区内游玩

滨凭借“白色经济”再次成为春节旅游市场的“顶流”之一。东北冰雪旅游用户中,南方游客出游人次占比

超过了75%。避寒游方面,三亚、丽江、北海、西双版纳等城市成为热门目的地。

今年春节,游客对于高质量出游体验的需求仍在不断升级,人数更少、行程质量更高、行程安排更灵活的小团、纯玩、私家团更受关注。

在出游形式上,众信旅游集团媒介公关经理李梦然告诉记者,从春节旅游产品预订情况来看,灵活度高、自由度大的“一家一团”类产品受到游客广泛关注,咨询量同比增长150%。

出境游方面,途牛数据显示,港澳游热度迎来爆发式增长,出境游消费需求多样化趋势愈加显著,游客的预订决策周期也呈现明显的“短平快”趋势。

另一方面,高客单价、资源稀缺性的旅游产品同样备受追捧。客群结构方面,同程数据显示,回家探亲的留学生及工作人员、入境游人群以及出境游人群构成了春节期间国际航线的核心客群。

(工人日报)



车厘子大降价 哪种最好吃? 四招教你快速挑选

凭借喜庆外形和甜美口感,智利车厘子已成为年货中的“人气选手”。临近2025年春节,新上市的车厘子价格明显下降,“车厘子年货自由”等相关话题频频登上热搜。

“总体价格已经降了20%左右。”北京市农展北路菜市场采购总监李骁勇告诉记者,新产季5斤装车厘子价格已降至148元,降幅达约25%;5斤装空运4J智利车厘子价格也已由450元/盒降至350元/盒。

记者实地走访了解到,伴随新产季车厘子陆续上市,预计到春节前后,价格仍有进一步下降空间。为何今年车厘子的价格被“打”了下来?背后的“一升一降”至关重要。

智利水果出口商协会此前预测,2024/2025产季,智利车厘子产量将创新高,预计出口量比上一产季增长50%,达约1.32亿箱(每箱5公斤)。

2023/2024产季,车厘子及其相关产业为智利当地创收近30亿美元。中国已连续7年成为智利车厘子的最大出口国,超过90%的智利车厘子都销往中国市场。

看到中国大市场的巨大商机,智利果农不断扩大种植面积、提高产业管理精细度,产业规模不断攀升,带动车厘子成本和价格下降。智利农业研究和政策办公室报告显示,2000年智利车厘子种植园面积仅3241公顷,但2022年已达61559公顷。

车厘子保鲜时效短,通过空运进口最能保障品质。但空运有成本高、运输量小的劣势,因此,性价比更高的海运成为进口智利车厘子更主流的选择。

近年来,我国对于智利车厘子进口海运采取了一系列便利化措施。比如,推出“车厘子快线”。海运到港后,通过实施多项海关口岸便利化措施和通关保障服务,确保进口车厘子“抢鲜”上市。

2024年12月26日,天津港迎来2024/2025产季我国北方首船智利进口车厘子。现场的海关工作人员采取“人等箱”的工作模式,争分夺秒实现即到、即查、即放。

进口量更大、物流更高效、价格更优惠。远渡重洋的车厘子正在以“早晨到港、中午上市、下午上桌”的速度,为国人的餐桌增添新鲜美味。

“以前,货物从智利发出到我们商户手里需要15天左右。现在有了直通物流,到货只需要7天了!”李骁勇说。

一颗远渡重洋而来的小小车厘子,成为中国与智利等拉美国家经贸合作不断加深走实的缩影。不仅如此,作为连续多年的全球第二大货物进口国,除了智利车厘子,中国也在吸引秘鲁的蓝莓、马来西亚的榴莲、泰国的山竹等越来越多进口水果跨越山海,进入中国消费者的年货“购物车”。

车厘子选购指南

1看外观

选个头大、颜色鲜艳,饱满有光泽,轻捏手感偏硬的甜樱桃。如果看起来就抽抽巴巴,捏着较软,基本就是不新鲜了。一般情况下,颜色偏深的会更好吃。

2看果柄

首先要选果柄青绿色的,更为新鲜。并且甜樱桃的果柄越粗,果实就越大,口感越甜。

3选手感重的

甜樱桃的可食率与果糖含量、葡萄糖含量呈极显著正相关。果实大、手感较重的甜樱桃,可食率较高,果实也更甜。

4看樱桃的等级

如果对甜樱桃的大小有需求,可以直接问问商家樱桃的等级。进口车厘子的分级普遍是以果粒直径大小作为判断标准的,使用“ROW”和“J”来区分。以“ROW”标准划分的车厘子,数字越小,果实越大;以“J”为标准的,“J”越多,果实越大。字母代表的含义如下:

- G=GIANT 巨大的;
- P=PREMIUM 特级的;
- S=SUPER 超级的;
- X=EXTRA 额外的、更加的;
- J=JUMBO 较大;
- L=LARGE 大。

(人民网)

紫光灯一照,众多大品牌洗发水纷纷陷入了“致癌”风波;对比配料表,经过简单实验,就能够得出当红奶茶属于“科技乳”的结论……近期,多个由测评博主制作的“科普视频”深陷争议。新华网调查发现,一些网络测评的方式简单,结论往往耸人听闻,甚至为了获取流量,采取“拉踩”手段;有的网络测评与直播带货紧密结合,打击商业对手。网络评测如何才能经得起社会的测评?

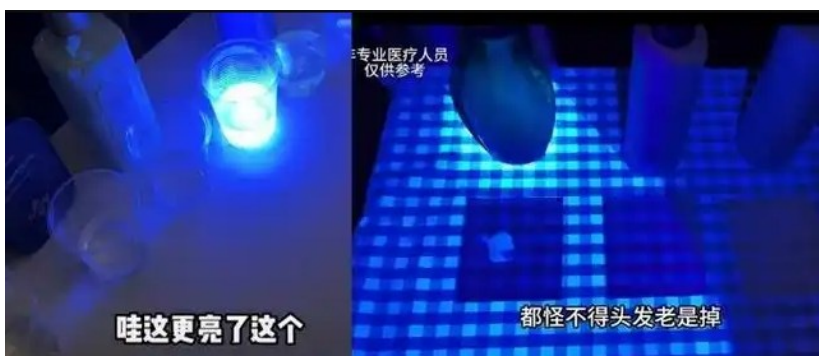
“网络测评”频频引发争议

“假测评”误导消费,第三方如何回归公正?

“消费者的天塌了,原来我们用的都是毒洗发水?”新年伊始,不少类似的视频出现在各大短视频平台上。视频中,测评博主将个别新兴品牌的洗发水和众多名牌洗发水作比较,用紫外线手电筒照射洗发水样本,检测后得出众多名牌洗发水含有有荧光剂的结论。

评论区中,对于这样的检测结果,有的消费者信以为真,并直呼“找到了脱发的原因。”

事实上,上述博主采取的检测方法和由此得出的结论并不准确。科普作者、从事皮肤学研究的同济大学医学博士冰寒(笔名)表示,日化用品中的许多成分均在紫外线的照射下呈现荧光反应。包括洗发水在内的清洁常用的磷酸盐类表面活性剂就可能在紫外线下发出荧光,



不少博主通过紫光灯照射“测”洗发水中的荧光剂

并非这些博主声称的“荧光剂”。

无独有偶,近期另一位知名博主的测评视频,对某些奶茶是否是健康饮品提出质疑,“科技奶茶”的话题再次被推上风口浪尖。该博主测评了12款当红奶茶,提出部分奶茶配料中含有的“冰勃朗”成分与植

脂末存在相似之处,因此将“冰勃朗”称之为“科技乳”。

乳业专家宋亮表示,“冰勃朗”是一种调和乳制品,一般由牛奶、植物奶和脂肪成分混合而成,与植脂末并不相同。

江南大学食品学院教授王兴国

“新流量”不应“走歪路”

测评博主的流行,从很大程度上推动了消费市场的升级发展。

一段时间以来,通过一些博主的视频,消费者了解到“脱氢乙酸钠被大范围禁用”“如何挑选仿瓷餐具”“PP包书皮更安全”等知识。

然而,在受到网友关注的同时,能否持续做到客观公正,成为了这些博主面临的新考验。

中国消费者协会曾对多个互联网平台上共计350家“第三方测评”账号进行体验式调查后发现,此类

测评账号问题不少,主要集中在商测一体、以商养测的模式,难保公正性,有的账号还存在涉嫌虚假测评等问题。

据了解,一些MCN机构用流水线的方式打造测评博主的人设和内容:先塑造专业人设吸引粉丝,进而在视频中带货或是“恰饭”。

在数码、日化、美妆、食品快消领域,测评博主更是一跃成为带货“新流量”。新华网获得的多份MCN机构报价显示,根据博主粉丝数目

和咖位不同,测评视频的报价在几千元至几十万元不等。

段和段律师事务所合伙人刘春泉律师表示,商业化之下,一些网络测评的路子“走歪了”。有的测评博主以检测为手段博取流量,最终的目标是将流量变现。

在利益面前,测评博主很难做到全面、真实、客观、准确的去测评和对比商品。网民看到更多的,往往是有针对性的拉踩。

“如果测评中故意捏造伪造不

实信息、片面对比,误导公众,就触及到了法律底线,轻则可能被企业起诉商业诋毁或其他不正当竞争索赔,重则可能构成损害商业信誉、商品声誉的犯罪风险。”刘春泉律师表示。

2024年“双十一”期间,中消协发布针对“第三方测评”的消费提示,建议消费者切勿迷信“种草”流量,关注主体口碑信用,留意宣称测评方法,警惕“跑偏”的“第三方测评”。

1月7日,上海市消保委微信公众号发布文章,从企业回应和专家解读两个方面对“冰勃朗”和“植脂末”两种配料进行了解读,并指出两种原料实际上已经都能做到不含有反式脂肪酸。

让“第三方测评”经得起全社会“测评”

业内人士表示,如今,消费者对食品、用品的要求已逐渐从“安全”走向“健康”。如果一款商品不低于国家相关标准是“底线”的话,那对于商品是否健康的就好比是标准之上的“高线”,而“底线”和“高线”之间的这个区域,往往也成为开展网络测评的领域。

“因为有些测评的指标不涉及食品安全底线,所以监管部门也无法直接介入,于是容易引发争论,甚至谁先拿起话筒谁有利。”刘春泉说。

检测领域从业人员表示,不少网络测评采取的方式方法并不专业,且得出“博眼球”的结论。

盘古智库高级研究员江瀚说,

某些测评博主往往会在符合国标添加剂上做文章,从而判断产品是否健康,这样的测评方法和得出的结论不尽科学。比如,“冰勃朗”并不是液态植脂末,更何况采用新的工艺后,今天的“植脂末”产品做到零反式脂肪酸已经是行业普遍现象。

王兴国曾收集了市场上大量的植脂末产品,研究发现这些主流产品中,已经不再使用部分氢化油脂。即便是植脂末,也不能和反式脂肪酸划等号。

冰寒说,在日化品中,荧光成分不一定就是荧光剂,十几年来已经有很多科普了,但现在又被拿出来重新炒作。

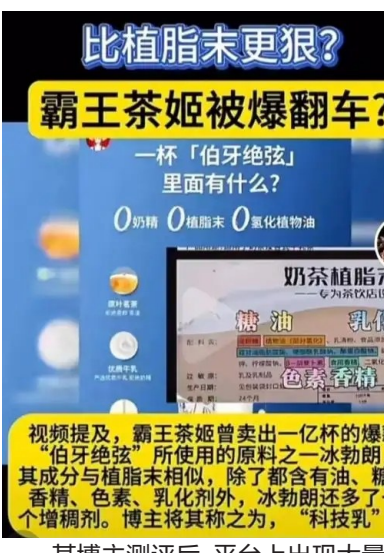
业内呼吁,监管部门、网络平

台、媒体、MCN机构应当共同发力,在热点问题上准确、及时发声,共同打造可信的“第三方测评”网络生态,保障消费者权益。

2024年12月,在国家市场监督管理总局执法稽查局和中国消费者协会倡议指导下,“第三方测评诚信自律同盟”正式成立。

中消协相关负责人表示,希望“第三方测评”各方主体严格遵守相关法律法规,持续加强自我管理与我约束,不断提高测评质量和真实性,共同营造更加安全放心的消费环境和网络生态,让“第三方测评”真正经得起全社会的“测评”,成为消费者的“帮手”。

(新华网)



某博主测评后,平台上出现大量质疑奶茶企业的短视频