年货调查·商家篇

商家备战年货市场

大市场:干货的销量增加了5倍

在大市场经营干果生意的施老板说,干货走量非常快,大约是平时的3到5倍。施老板表示,现在消费者更看重品牌。经营烟酒等商品的俞老板表示,现在烟酒销量大约是平时的两三倍。

家电卖场:凭车票送礼券

近日,记者从家电市场了解到,从本周开始,南京各大家电卖场已经开始陆续进入春节促销期,家电市场热销的3C产品成了抢手货。智能手机热销,尤其以苹果iPhone系列、三星Note系列等搭载Windows 8操作系统的新品手机受消费者的欢迎。有的商家还推出了一系列更加温情的活动,如针对春节最热门物品"车票"推出特别营销活动等,消费者凭车票即可领取50元现金券,除部分样机不参加外,可谓全场通用。

超市篇:旅行装备写入年货单

据悉,苏果将投入60亿货源、高达5万种货品备战春节市场。其中,肉类、水产、禽蛋、水果的供应充足,猪牛羊肉备货8000吨、禽类备货4000吨。此外,家乐福多种会员商品已经上架,涵盖了超市的大部分商品,价格比非会员商品便宜20%。春节假期出游的人不少,市民采购年货中还包括箱包、洗护用品旅行装等出游装备。

现代快报记者 刘德杰 蒋振凤

家乐福推出利润分享计划

针对目前的员工培训与晋升机制,家乐福从2013年1月1日起向员工隆重推出"利润分享计划",该计划意在激励公司所有员工努力工作为公司创造更好的业绩,公司根据每一位员工业绩的完成情况,拿出一部分利润与所有员工共同分享,公司业绩完成越多,员工奖金拿得也就越多。

据家乐福相关负责人介绍,已过试用期,截止至奖金发放当月仍然在职的员工,都可以参与到"利润分享计划"中。

家乐福中国区总裁兼首席执行官唐嘉年表示,此次家乐福"利润分享计划"将于2013年1月1日在国内各门店中开始推行。届时门店将以各种形式在员工中宣传,包括通过各类预告片、员工动员大会来征集员工的各类金点子。唐嘉年强调,零售业的核心是团队,家乐福决定启动员工利润分享加护,拿出公司的一部分利润,来回报团队的努力,意在使员工关注公司利益,增强团队合作精神,带动同一群组的员工朝着同一目标一起工作,提高员工对公司目标的使命感。

年货调查·民俗篇

26.5万人网上买糕点

民俗专家:以前一捆柴也是年货

老南京年终民谣:二十三糖瓜粘;二十四大扫除;二十五磨豆腐;二十六炸肉圆;二十七宰鸡鸭;二十八白面发;二十九满香斗;三十日坐一宵;年初一去拜年。糖瓜粘是指腊月二十三祭灶用供品糖瓜粘灶公嘴巴,让他"上天奏好事,下地保平安"。满香斗是请香敬神,守一宵是守岁。 现代快报记者 何冬蕾

吃货追捧传统食品

记者通过网络调查了20位消费者,大家都觉得越来越没有年味了。对于这些已经成为消费主力军的70后、80后来说,愈发希望回归传统,寻找最具"老南京"特色的年货商品。

来自淘宝网的统计数据证实,记录片《舌尖上的中国》带动了民间传统小吃的回归。今年年货的热销品中,像"糍粑""酥饼""绿豆糕"等传统糕点强势回归,位居热销榜单第四。最近7天,共有26.5万人购买过传统糕点,成交额高达1992万元,相比去年增长1.2倍。

"还记得小时候吃的'欢喜糖',又香又脆,现在都不知道去哪儿买。"江敏提升到了副处级,他开始有些心思来安排生活,在他看来,现在过年气氛远不如儿时隆重,"过年工作上应酬挺多,突然想吃小时候吃过的年货食品,却不知道去哪儿买。"

曾经带捆柴火去拜年

南京文史专家苏洪泉说,欢喜糖是老南京年节必备货品。"欢喜糖并不是大家通常以为的炒米糖。"苏洪泉说,制作欢喜糖要用两天的时间,工序也较复杂。要用上好的糯米,温水淘净,在太阳下晒去水分,第二天用细砂翻炒,再用筛子把米筛出来。选择笔筒粗的毛竹剖开,去掉竹节,把炒制好的糯米与糖稀和在一起后,放在竹筒里搓圆,口感脆脆香香,"尤其是小朋友最喜欢了,寓意也好。"

老南京过年时,去亲朋家拜年要带一捆劈好的木柴,"以前烧的是土灶,带柴火去拜年,有祝主人生活红红火火平平安安的寓意。"在苏洪泉记忆里,跑马灯的演出很久没有看过了,这是只有在过年时才有演出,时间也限于正月的头三五天。"现代人生活节奏太快了,这些年俗也慢慢要消失了。"