

消费观察

延平赤门年货节：

山乡汇聚四方客 地道年味满载归

□李韧筠 文/摄

2026年1月31日，农历腊月十三，闽北山间的寒意，正被延平区赤门乡一场沸腾的年货节驱散。在“漫步赤成”的户外基地现场，人头攒动，热气蒸腾，肉包、锅边、海蛎饼的香气与乡音吆喝交织。短短两天，这个乡镇集市吸引了来自福州、厦门等地的3000多名消费者，让来参节的人们在采办年货的同时，也真切感受了一回带着山乡风味的烟火年味。



在赤门乡年货节上，糖人画受儿童青睐。

极致的年味体验

走进人声鼎沸的小吃区，扑鼻而来的就是热气腾腾的食物香气。人们在现炸现煮的虾球、海蛎饼摊位前，排起了长队。孩子们手里拿着冰糖葫芦，嘴上还沾着糖渣，眼睛笑成了两弯月牙。从福州专程驱车赶来的陈雄，已经是第二次带着“亲友团”来“打卡”了。“十几个朋友一招呼就来了，大家都说要好好感受一把乡里的烟火气。”他嗓门响亮，正把一袋沉甸甸的土货塞进后备箱中，“城里的超市哪有这种气氛？你看这正宗土猪肉，还有农家自己种晒的花生，样子实在，味道更实在。其实

我们来这里买年货是其次，主要是‘过年’的感觉找到了。”在他的身后，是汇聚了各地美食的年货区，成扇红润的土猪肉、无公害的绿色蔬菜、新鲜宰杀的山羊肉、色泽诱人的板鸭腊肠……“我这次一口气买齐了土鸡、土鸭、羊肉等土特产。”陈礼炳是土生土长的赤门人，目前已在福州生活。“没想到现在老家门口就能买齐正宗土特产。小吃也是记忆里的味道。”当天，乡间还带着一丝清冷雨意。但年货节的消费者心里却暖烘烘的，充满了年味与喜悦。

“老味道”邂逅新市场

一场热热闹闹的年货节，不仅吸引了来自全省各地的消费者，也成为了外地乡土品牌探市场、找伙伴的交流窗口。人流里，三明市大田县白斩鸭的摊主黄金花忙得嘴都合不拢：“去年带来的年货全卖脱销，所以今年我们运了更多品种和数量的年货来，没想到也要卖断货了！”她说自己已经预订好明年的摊位了。在不远处的武夷山熏鹅摊前，初次参节的武夷山岚谷熏鹅制作技艺传承人吴璇一样在忙碌。“希望能借

助这次赤门的年货节，将武夷山熏鹅的品牌打得更响。”她告诉笔者，“岚谷熏鹅”以闽北白鹅为原料，其独特的制作工艺距今已经有400多年历史。吴璇这次参加赤门年货节，也是借机来延平开拓长期销路，将岚谷熏鹅这道非遗美食推广到更多人的餐桌上。夕阳西下，散场的人们提着大包小包，心满意足地离去。炊烟从四面山村的屋顶袅袅升起，热闹的年味集市已落幕。闽北多地特色年货，即将随着消费者的分享，被更多人了解。

“马”元素商品热销 商家备货充足

□本报记者 黄靓 文/摄



带有马元素的春联格外畅销

马年春节脚步渐近，南平城区年味愈发浓郁，各类马元素产品集中亮相商超、珠宝店、文创小店，各处兼具吉祥寓意与新潮设计的商品走俏，消费市场迎来开门红。不少商家表示，“马”所蕴含的马到成功、龙马精神等吉祥内涵，结合时尚的产品设计，与消费者的需求精准对接，店内已提前备货。近日，记者走访了延平城区商业街。各大店铺早已将马元素产品摆到重要展位。火红的陈列搭配萌趣的小马造型，年味十足。中山路一家小商品市场，专属马年的

红色货架格外醒目，憨态可掬的小马毛绒玩偶、印着骏马图案的春联福字、马年红包袋、飞马灯笼等整齐陈列，品类丰富，吸引不少市民驻足挑选。“马年的灯笼卖得最好，我们这里有50多种款式，写着吉祥祝福语。”延平一家商超年货区负责人介绍，商场里马元素饰品价格从几元到百元不等，消费者都盼着新年换上新饰品讨个好彩头。市民陈女士手里拎着刚选的小马磁吸门贴说：“选些既应景又有好寓意的马元素饰品，让家里布置起来年味更足。”市民小王给自己淘了一个钩织的小马挂件，用来装饰背包。她表示，现在的生肖产品越来越懂年轻人，传统的手工艺加上新潮设计，颜值高有创意，让生活更有仪式感。

除了民俗文创饰品，马年主题黄金珠宝更是掀起热潮。在市区多家珠宝品牌门店，小马吊坠、手链等黄金首饰被摆在显眼位置。“虽然金价一再攀升，但生肖款仍然是新年热销品，适合日常佩戴或送给孩子。”某珠宝店店员介绍，近期不少家长前来给孩子选购有着吉祥寓意的金饰。

新春临近，南平年宵花市场迎来销售旺季。近日，记者走访市区多家花卉市场及花店发现，各色年宵花竞相绽放，蝴蝶兰依旧是市场“顶流”，马年专属吉祥花马蹄莲成年轻人新宠，小众新品持续出圈。在市区八一一路一家花卉店，各色年宵花整齐陈列，蝴蝶兰的优雅、北美冬青的红火、金橘的饱满相互映衬，店铺内年味浓郁，不时有市民前来选购。“每年蝴蝶兰都是卖得最好的，色彩丰富，自家装饰还是送礼都合适。”店员一边整理花材一边介绍，今年蝴蝶兰价格与往年相差不大，普通品种一盆200至300余元，仍是消费者的首选。

除了传统热门品种，水培郁金香、朱顶红、马蹄莲纷纷走俏。朱顶红谐音“注定红”，不用浇水施肥，摆着就能开花，方便养护。马到成功、一马当先、马上开运……与马寓相关的马蹄莲寓意美好，花型简约，容易养护，特别适合小户型家居的年轻人。此外，单一花卉盆栽热度下降，以往清一色的陶盆有些被青花瓷盆取代，部分盆景还搭配苔藓、奇石做成微景观，更具观赏价值。年轻消费者的偏好正悄然改变着年宵花市场。

在各色艳丽的年宵花中，曾是

年宵花旺销 马蹄莲成新宠

□本报记者 黄靓 文/摄



各色年宵花

南平年宵花“主打款”的水仙花，显得有些落寞。记者走访多家花店发现，水仙种球多被摆放在角落，备货量极少，问津者寥寥。“以前过年，水仙花几乎是家家户户的标配，味道清香，花期还长，但现在买的人越来越少了。”消费者叶女士告诉记者，水仙花培育周期长、花色单一，逐渐淡出大众视野，仅成为少数老年市民的情怀之选。商家介绍，水仙从种球培育到开花，需要一个多月，且对温度、光照要求高，难以把握开花时间。而且水仙花需要雕刻才会呈现出婀娜的造型，年轻人没耐心打理。因此，近年来水仙花的进货量大幅减少。

消费指南

选对陶瓷餐具 提升用餐体验

□本报记者 黄靓 文/摄

一日三餐，离不开餐具的陪伴。优质餐具不仅能提升用餐愉悦感，更能保障饮食健康。市面上，瓷器餐具品类繁杂，常见的材质有骨瓷、陶瓷。工艺上又分为釉上彩和釉下彩，让不少消费者在选购时难以分辨。对此，记者请教了某连锁超市餐具销售人员吴艳娟，教大家如何挑选一款环保健康的瓷器餐具。

骨瓷、陶瓷质地不同，建议按需挑选

“许多消费者对骨瓷和陶瓷的成分并不了解，选购时也无从下手。”吴艳娟解释说，骨瓷学名骨灰瓷，是中高端餐具的代表。骨瓷是在陶土中加入了牛、羊等食草动物骨粉烧制而得名。符合国际标准的骨瓷，其骨粉含量要高于40%。经高温素烧与低温釉烧双重工艺制成，色泽呈天然奶白色，温润柔和，透光性强。而普通陶瓷性价比，其原料以高岭土、长石、石英为主，无需添加骨炭，制作工艺相对简洁。其色泽多为乳白色，部分白瓷泛淡青色，光泽柔和。其中，薄胎瓷虽有一定透明度，但整体透光性远不及骨瓷。

从质地上看，骨瓷虽然轻薄却韧性十足，硬度比普通陶瓷高，耐磨损不易破损。骨瓷的釉面光滑细密，轻度油污清水冲洗即可洁净，同时保温性更佳，适用于中式饮食习惯。陶瓷的质地厚重，耐骤冷骤热能力强，且耐磕碰、抗划痕，适用于高频次日常使用。

釉上彩、釉下彩，用途不同要留神

在一品牌餐具的专区，记者看到各种红色的纹饰工艺，烘托出新年的喜庆氛围。在产品介绍中，强调了“釉下彩”等字眼。吴艳娟告诉记者，釉上彩与釉下彩的差异在烧制流程，安全性与实用性也天差地别，选购时需重点区分。

釉下彩工艺是先在素坯上绘制纹饰，再覆盖一层透明釉料，经高温一次性烧制而成。釉下彩纹饰被釉面包裹在内部，完全不与食物接触，无重金属析出的风险，即使长期盛放酸性、油性食物，也能保障饮食安全。釉上彩则纹饰色彩鲜艳，图案细腻，是精美餐具的主流工艺。釉上彩工艺是在成品瓷器釉面绘制纹饰，经低温烘烤固化，纹饰附着在釉面表层，触摸时有明显凸起感。釉上彩不宜盛放高温、酸性食物，可能析出铅、镉等重金属，且表层纹饰易磨损掉色，多用于工艺品摆件。

家庭用餐应选釉下彩工艺的瓷器。若偏爱高颜值纹饰，可选择釉上彩，但要选择外壁装饰、内壁光洁的产品，用于盛装水果为宜。在挑选瓷器时，消费者可通过触感判断：釉下彩表面光滑平整无凸起，釉上彩纹饰处凹凸明显。消费者还可查看产品标识：正规厂家会标注工艺类型，标识模糊的产品不建议购买。

用对场景，既要“颜值”更要安全

不同餐具适配不同场景，既能发挥优势，又能减少损耗，延长使用寿命。家庭日常使用可选普通陶瓷釉下彩。它耐骤冷骤热易洗护，热汤冰品都能盛装。若邀请亲朋好友享用精致的下午茶或西餐，可选骨瓷釉下彩，其保温性好、质感高级，能提升用餐体验。盛带皮水果时，可选釉上彩陶瓷，精美纹饰更具观赏性。

不同的材质需要分类养护，可延长餐具使用寿命。骨瓷与普通陶瓷制作工艺不同，养护也各有侧重。骨瓷严禁骤冷骤热使用，防止炸裂。带金边、铂金边的骨瓷，不能用于微波炉加热，易产生电弧引发安全隐患。用温水和软布清洗骨瓷即可，严禁用钢丝球、硬毛刷，避免划伤釉面，也不建议频繁用洗碗机清洗。无金属装饰的普通陶瓷适用多种清洗方式，但清洗时同样忌用钢丝球，防止划伤釉面。釉下彩陶瓷耐磨损、易养护，正常清洗即可，重点避免硬物磕碰。釉上彩必须手洗，避免使用硬物擦拭纹饰。

消费者可结合自身需求选对陶瓷餐具的品类与工艺，匹配场景精准使用，再做好针对性养护。



消费者在选购陶瓷碗

“315”在行动

武夷山入选“放心消费”省级试点

当地市场监管部门去年为消费者挽回损失140余万元

本报讯(记者 林李冰 通讯员 李振华)近日，记者从武夷山市市场监督管理局获悉，2025年武夷山市通过12315平台受理消费者各类诉求6615件，其中咨询1162件、投诉3826件、举报1627件，成功为消费者挽回经济损失140余万元。在消费维权与放心消费环境建设方面的持续努力，使武夷山市于当年被正式确立为“放心消费在福建”行动省级试点。

从投诉数据看，当地消费维权呈现鲜明特征。商品类投诉中，食品、家居用品和服装鞋帽位居前列，问题主要集中在标签标识、产品质量和网络购物等方面；服务类投诉则以餐饮住宿、文体培

训、美容美发为主，焦点在于合同履行、服务质量与售后保障。这些数据不仅反映了消费市场的活跃度，也为监管部门精准施策提供了依据。

为将消费纠纷化解在源头，武夷山市积极探索维权网络向基层延伸的有效路径。去年，全市在景区、商圈、酒店等消费集中区域新建和优化了多个12315消费维权服务站点，构建起覆盖广泛、反应迅速的基层维权网络。统计显示，各站点全年就地化解消费纠纷数百起，实现了“小纠纷不出店面、大矛盾不出商圈”的良好效果。

典型案例的处理过程充分体现了这

一机制的有效性。去年6月，游客杨女士在武夷山市餐饮店因意外受伤，经当地市场监管部门、消委会和基层站点联动调解，最终获合理赔偿；去年3月，一起因极端天气导致的武夷山竹筏消费纠纷，同样通过多方协同调解得以圆满解决。这些案例的处理结果均获得了消费者的高度认可，展现了基层维权体系在化解复杂矛盾、促进社会和谐方面的重要作用。

近年来，武夷山市围绕“放心消费”创建推出了一系列创新举措，通过建立经营者信用档案、推行消费环节赔偿预付制度、开展“诚信经营示范店”评选等

方式，持续强化市场主体的责任意识。目前，武夷山市已有超过300家商户主动参与放心消费创建，公开作出诚信经营承诺，形成了企业自律、行业规范、社会监督、政府监管的共治格局。

“消费环境是营商环境的重要组成部分。”武夷山市场监管局相关负责人表示，“获评省级试点对我们既是鼓励，更是鞭策。下一步，我们将继续完善消费维权体制机制，特别是在健全基层站点功能、提升智慧监管水平、强化消费教育引导等方面加大力度，努力打造更具安全感、获得感和满意度的消费环境，为武夷山经济社会高质量发展注入更强动力。”