

“端午经济”热力十足 粽子抢滩消费“C位”

养生粽、DIY 香囊成市场新宠



多家商超内,各品类粽子已上架。



市民正在选购手工现包粽子。

十堰BOBO居民中心 盛大开业 打造数字社区生态新标杆

■文、图/记者 杨建波 吕世银

本报讯 5月23日,十堰首家BOBO居民中心在五堰立交桥花鸟市场附近正式开业。该中心由折折朋比(武汉)互联网服务有限公司(简称“BOBO”)打造,标志着一站式社区物联网综合服务空间正式落地十堰,将为十堰基层治理、社区便民服务升级注入新活力。

开业现场气氛热烈,宾客云集。在到场嘉宾与周边居民的共同见证下,剪彩仪式与舞狮点睛环节依次举行,礼花齐放、祥狮起舞,寓意门店开业顺遂、扎根社区、服务邻里。

作为BOBO数字社区物联网生态的核心落地载体,BOBO居民中心是集餐饮服务、便民生活、亲子休闲、老年康养、家政服务于一体的一站式生活聚场与温情枢纽。中心秉持“三高—低”服务承诺——食材优质、操作规范、环境服务出众、定价亲民普惠,致力于构建便捷舒心的五分钟美好生活圈,打造居民信赖的“候补厨房”与邻里交流的“温暖客厅”。

据介绍,BOBO自2018年成立以来,深耕社区物联网领域已有8年,已完成全链条产品体系研发与社区打样验证,精准定位一站式社区物联网生态运营商。公司坚守“数据归国家、平台受监管、赋能基层、普惠民生、活跃商圈、合作共赢”的初心,以一体多翼架构,搭建智能设备、居民中心、商户联盟、居家养老、菜篮子、文旅基础服务体系,集成单一Boboboom APP,实现居民“足不出圈办万事、家门口享服务”。

在基层治理与民生服务层面,BOBO创新构建四维价值体系,实现“治理利国利民、服务兴业兴商”。为政府分忧,赋能基层治理,健全网格化智慧管理;为居民服务,以普惠民生为核心,叠加各类惠民服务,全面提升居民幸福感、获得感、安全感;为实体赋能,依托独家社区人口与千万私域流量,激活家门口消费市场,为商户低门槛入驻、精准导流,兴旺街区商圈、助力乡村振兴;助企业布局,卡位社区万亿增量蓝海,从单一项目经营升级赛道布局,为规模化发展、资本化上市筑牢根基。

凭借清晰的战略规划与成熟的运营模式,BOBO已与工商银行、中农储、中国电气装备集团等国企央企达成战略合作,项目先后落地黄冈市罗田县、咸宁市嘉鱼县等地,获当地政府高度认可。未来,BOBO将持续迭代物联网、AI大数据、数字孪生技术,依托华中智造基地升级智能硬件终端,筑牢流量壁垒、固化开放生态;计划2026—2028年全面提升市场体量,并逐步冲刺上市,中长期覆盖国内绝大多数县域市场,服务数亿社区居民,打造国内头部社区物联网生态领军独角兽企业。

此次BOBO居民中心在十堰的盛大开业,是BOBO深耕社区服务的重要里程碑,更是探索“基层治理新范式、社区生态新赛道”的生动实践。未来,BOBO将坚守初心、深耕社区,以有温度、有品质、接地气的服务,守护邻里美好生活,携手各方共启社区商业与民生服务万亿产业新征程!



BOBO居民中心内,顾客盈门。



小琪
跑市场

距离端午节还有20余天,街头尚未飘起粽叶清香,端午消费市场却已提前升温。昨日,记者走访我市多家商超、农贸市场看到,粽子等时令食品已集中上架,占据卖场核心位置。

今年端午消费呈现出新特点:线下主打亲民定价与健康理念,线上则掀起民俗DIY、高端养生两大消费热潮。

■文、图/记者 王琪

1 线下市场:本地手工粽受追捧

在十堰城区好邻居、寿康永乐等大型商超,主通道显眼位置均被设置为端午主题专区,用龙舟、竹编等元素装点,节日氛围浓厚。好邻居十堰万达广场店内,鲜肉粽、蛋黄肉粽、蜜枣粽等经典品类琳琅满目,独立真空小包表明码标价,选购十分便捷。门店还开设手工现包粽子零售区,售价15.8元/斤。

“从目前的销量看,小规格、2个装的袋装粽是市场主流,一袋价格在10元左右,非常亲民。”商超工作人员告诉记者,这类产品适配单身人群与小家庭尝鲜需求,开袋即食,也避免食材浪费。随着端午假期临近,各大商超还将持续补充货源,进一步激活节日消费市场。

农贸市场里,自制粽子的相关原材料也备受青睐。张湾区东岳市场内,粽叶、糯米、红豆等食材摊位前,聚集了不少中老年市民。“外面买的粽子口味固定,自己动手包,可以按照家人喜好调整馅料,吃着更放心。”市民吴阿姨说道。

除粽子外,艾草、香包、五彩手绳等民俗用品同样热销。在好邻居十堰万达广场店日用品区,绣有吉祥纹样的艾草香包、做工精巧的五彩手绳、艾草装饰摆件琳琅满目。“门口挂艾草,给孩子戴香包,既是传承老习俗,也能驱蚊安神。”市民刘女士正在挑选商品,她表示,这些小巧的民俗物件,让传统节日更有仪式感。

2 消费升级:药食同源养生粽成亮点

当下,健康饮食理念深入人心,养生粽成为今年市场一大亮点。在茅箭区寿康永乐华悦城精品超市,三全、思念等品牌推出紫薯蜜枣粽、大黄米猪肉粽等多款新品。广佑祥、屈之源等品牌深挖药食同源理念,推出黑米莲子粽、阿胶芝麻核桃粽、黄精蜜枣粽等产品,将养生食材与传统粽馅结合,打破了大众对粽子高油、高糖的固有印象。

与此同时,我市本土品牌久康食品也顺势发力,推出黑松露鸡菌粽、陈皮铁棍山药粽等养生粽礼盒,给市民带来全新味蕾体验。正在选购养生粽礼盒的市民张先生坦言,礼盒体面又贴合健康需求,用来赠送长辈再合适不过。

据了解,主打健康属性的高端粽礼盒,推动节令礼品从以往单纯的人情馈赠,转变为传递健康心意的温情载体,也成为今年端午

礼盒市场的热点。

除了线下市场热度不减,线上平台的端午消费氛围也日渐浓厚。记者浏览淘宝、抖音等电商平台发现,今年亲手制作民俗好物成为年轻群体新潮流。

民俗DIY材料包迎来热销。如今越来越多年轻人不再单纯购买成品香包,而是偏爱动手制作。平台上,香包、五彩绳、艾草挂件等DIY材料包销量大涨,不少商家推出包含布料、香料、流苏的全套材料包,并搭配教学视频,不仅性价比较高,更契合年轻人追求个性、享受手工乐趣的消费心态。

此外,艾草相关产品也完成创意升级,一改传统单一式样。原本用于悬挂祈福的艾草,被加工成香膏、精油、艾草锤等高附加值产品。借助直播带货,这类兼具驱蚊、安神功效的创意艾草制品,深受年轻人喜爱。