

2026 菏泽网上年货节启动,线上线下融合激发消费新动能

云端赶大集,优品贺新春

□牡丹晚报全媒体记者 武霖

腊月的鲁西南,寒意浓厚。在成武县郜鼎乡村振兴片区,一派火热的迎春景象。2月3日,“乡村有年味 云端买优品”2026菏泽网上年货节在此正式启动。大

红灯笼高悬,锣鼓声喧天,空气里弥漫着糖瓜的甜香与鼎沸的人声,一场贯通线上与线下、融合传统与时尚、连接乡村与全国的春节消费盛宴,正徐徐拉开帷幕。



与会领导启动年货节



线上直播推介“菏泽优品”



“送春联”吸引了不少群众

六区联动,汇一城年味

2月3日,新春未至,郜鼎示范片区广场早已被装点成一片红色的海洋。主舞台两侧,“乡村有年味 云端买优品”的主题字样在冬日阳光下格外醒目。活动在欢腾的民俗展演中开场,一项项非遗技艺轮番上演,瞬间点燃了现场气氛,也将浓浓的乡土年味推到每个人眼前。

年货承载着人们对团圆的期盼和对美好生活的向

往。为让全市人民度过一个欢乐祥和、物资丰富的春节,我市精心策划了本次网上年货节。此次活动紧扣年货需求,以“乡村有年味 云端买优品”为主题,围绕民俗文化和特色好物,突出商务文旅融合、线上线下结合,精心布置了6大展销区,200家优质企业集中参与,配套开展政策产品发布、选品对接、达人评选、民俗表演、夜游等一系列精彩活

动,为全市人民呈现一场菏泽特色鲜明、文化底蕴深厚、惠及千家万户的春节消费盛宴。

活动现场,放眼望去,六大展销区依势铺开,宛如一幅流动的繁华市集画卷。地方特色好物展销区人气最旺,90家参展商汇聚了菏泽最地道的风物:单县羊肉汤摊位前,乳白色的汤汁在锅中翻滚,香气四溢;陈集的山药、黄店的花生、定陶的烧鸡,引来众多市民品尝购

买;老字号糕点“蜜三刀”金黄油亮,勾起无数人的童年记忆……在这里,年货不仅是商品,更是乡愁的载体。

移步非遗展销区,则是另一番雅致光景。书法家泼墨挥毫,一幅幅寓意吉祥的春联福字被赠予群众;剪纸艺人巧手翻飞,精美的窗花顷刻而成;木浮雕、刻瓷、陶陶等非遗传承人的现场制作,让人惊叹于指尖上的匠心……传统技艺与现代

消费在此无缝对接,文化因传承而鲜活,年货因文化而厚重。

各县区展销区,直播间早已架起,主播对着镜头,热情洋溢地推介家乡好物。家电、汽车、农机展区则展现了菏泽消费升级的强劲脉搏,智能家电、新能源车、现代化农机具前咨询者络绎不绝。从舌尖美味到生活器具,从乡土非遗到智能科技,这个年货节,几乎囊括百姓春节年货的所有购买需求。

云端赋能,促一城消费

春节,作为中华民族最隆重、最具消费潜力的传统节日,历来是社会消费的“黄金档期”与“年度重头戏”。年货采购、亲朋馈赠、家庭焕新等集中性消费需求在此时井喷,是观察经济活力、释放内需潜能的关键窗口。菏泽市委市政府深刻把握这一规律,将办好网上年货节作为落实扩大内需战略、激活春节消费市场

的重要抓手,力求在岁末年初打响促消费“开门红”。

2025年,菏泽市社会消费品零售总额实现2586亿元,增长5.6%;开展各类直播电商活动57.6万场,网络零售额达316.6亿元,同比增长9.4%。数字背后,是菏泽作为消费大市的底气,更是其积极拥抱新业态、激发内需新动能的决心。此次将年货节的主场设

在乡村振兴示范片区,本身就是一个强烈的信号——推动消费下沉,挖掘乡村潜力,让优质农产品“出村进城”,让城市消费需求“下乡寻味”。

“云端”赋能,是本次年货节撬动春节大市场的核心杠杆。活动中,各大电商平台发布了针对年货季的专项流量扶持与优惠政策,为菏泽企业备战春节销售旺季注入“强心

剂”。本地头部电商达人的实战经验分享,为众多跃跃欲试的从业者提供了“方法论”。尤其令人瞩目的是,在“必买100款山东好年货”评选中,菏泽10款产品荣誉上榜,单县羊肉汤、牡丹衍生品、曹县马面裙等,不仅成为品质的保证,更被赋予冲刺春节电商流量高峰的“通行证”。

“年货节这个平台,把政府

背书、平台资源、达人流量聚合在一起,正是我们打响春节营销战、触达全国消费者的最佳时机。”菏泽市电商达人张景宪说。线上打破时空限制,精准匹配全国年货需求;线下营造浓厚氛围,激发即时消费与体验。这种“线上线下共振”的模式,正重塑着春节消费的生态,让“菏泽优品”在年货购物车中的占比不断提升。

文旅融合,兴一方产业

年货节,卖的不仅是货,更是文化,是体验。本次活动精心融入大量文旅元素,使其超越了一场单纯的促销活动。

“冬游齐鲁 欢乐贺年”趣玩打卡地菏泽入选景区的颁奖,与年货节同台进行,将“购”与“游”深度绑定。现场布置极力营造春节文化氛围,

民俗表演不仅是助兴节目,本身也成了吸引人流、增强黏性的文旅产品。

这种融合,根植于菏泽“牡丹之都、花样菏泽”的城市品牌战略。近年来,从“汉服文化节”到“芍药推介会”,再到此次网上年货节,菏泽不断尝试将特色产业(牡丹、汉服)、地理

标志产品(山药、羊肉汤)、非遗文化(木雕、剪纸)打包进一个个节庆IP中,通过场景化、体验化、情感化的方式呈现给消费者。年货节上,一款融合牡丹元素的化妆品礼盒,因其精美的文创设计和文化寓意,受到年轻顾客青睐。这正是文旅赋能产品溢价、提升品牌价

值的生动体现。

“希望广大电商达人多宣传、多推介,让更多‘菏泽优品’走出菏泽、走向全国各地。”年货节上,副市长张鹏寄语,道出了本次年货节的目标——从“促消费”到“促品牌”,从“内循环”到“外拓展”。菏泽是农业大市、人口大

市,物产丰饶,但酒香也怕巷子深。推动“优品出鲁”,需要政府搭台、企业唱戏,电商通路、品质护航。随着启动仪式上与会领导共同按下启动键,2026菏泽网上年货节在云端正式开市。这个春节,菏泽的年味,不仅飘散在鲁西南的街巷,更借助“云端”,飘向万里之外的千家万户。