

年味里的临沂商城

编者按

一到腊月，临沂这座商贸名城、物流之都，就切换成了“全国年货总仓”，热闹非凡。这里不是一个简单的购物场所，而是一个流动的、轰鸣的、充满烟火气的巨型生态系统，以最直接、最高效的方式，将“年”的味道和温度，通过四通八达的物流网络，输送到中国的每一个角落。在这里，你能看到最真实的“忙年”——不是家庭的忙，而是整个中国商贸体系在为亿万家庭的团圆而忙碌。



中国酒店用品城成网红打卡地。



中国国际食品城里年味十足。

江北最大小商品集散地年味浓，窗花、对联、灯笼卖得红火

临沂小商品城扮靓600万家庭的“中国年”

新春走基层

文片 记者 高松 临沂报道

300多个商户经营窗花、对联等年货，单个商户一天能卖2万张窗花——一个年货季，临沂小商品城装扮了至少600万个家庭的春节氛围。临近过年，尽管年货已过销售高峰期，但不断有外地客户补货、本地消费者上门采购，还是让这里异常繁忙，停车场一位难求，不少商户顾不上吃午饭。

订单太多忙不过来 店老板上阵帮打包

作为江北最大的小商品集散地，从针头线脑、文具纸张，到节庆装饰、家居百货，成千上万种小商品在这里汇聚，再分销到全国各地。

小商品城北侧的大卖场三楼，是窗花、对联等年货集中区域。店面靠近电梯口的张杰，正在麻利地把一摞摞不同款式的窗花装进纸箱。一两个小时，这些箱子就会转运到物流园区，发往不同城市的下一级批发商。“每年十一月份到次年一月份是最忙的时候，光是窗花一天就能出货三十箱。”张杰批发销售的窗花、对联等产品，分别采购自浙江、广州、河北等地的工厂，销售覆盖全国。

距临沂600公里以外的下游批发商，一般在春节前两三个月就开始备货，临近春节再根据销售情况补货；而临沂周边600公里以内的批发商，进货时间则稍晚一些。

“小年前后，临沂本地来买货的人就越来越多，这几天更是扎堆。”张杰一边忙着手中的活儿，一边向记者介绍，店员忙不过来，他这个老板也套上工作服帮忙打包发货。

在小商品城南门入口处，一家打着户外用品招牌的店铺里，陈列的却全是灯笼、对联、条幅等春节用品。

为了平衡淡旺季，店主白秀君春夏季卖帐篷、游泳圈、充气泳池等户外产品，秋冬季则转做节日喜庆用品。在他一百多平方米的店铺内，陈列着1500多种产品。“今年最火的是东方醒狮灯笼，一天能卖四五万个。”同步运营多个线上销售平台的白秀君，为了稳定供货、保证品质，还承包了温



临近春节，灯笼、对联成了小商品城最畅销的年货。

州合作厂家的产能。

“目前我们这里有300多家商户经营窗花、对联、灯笼等年货，你们采访的几家商户平均一天能卖窗花2万多张，整体计算下来，这些商户一个年货季销售的产品，至少能装扮600万个家庭。”临沂小商品城办公室主任马小涛说，近期顾客扎堆，市场开辟的2000多个停车位供不应求，几十名保安全部上岗疏导交通。

除夕夜也不停歇 年初一就能发货

浓浓年味与人潮涌动中，小商品城既保留着“连接南北、货通天下”的传统集散优势，又不断孕育新业态。

在商户张国龙的童年记忆里，老市场的烟火气，是拎着大包小包的批发商摩肩接踵。而如今，大部分批发商都是空手逛市场，采购的商品全部通过物流发货，货与人前后脚到家。

“去年还没有无人物流车，你看现在，小商品城的每条街上几乎都能遇到。”张国龙说，大宗货物可以用三轮车或小货车转运到物流园，零散小包裹以前还要专人跑腿，现在已有企业针对临沂各大批发市场的痛点，上线了无人物流车，一件货只要9.9元就能上门取件、送到指定物流园，对商户来说省时又省力。

张国龙也依托电商渠道，把父辈积攒的洗化产品资源搬到网上。从传统电商到直播带货，他一步步跑进数字经济快车道。如今，他不仅代理数百个品牌，还创立了自有品牌，在珠海和临沂均设有代加工基地。

把化妆品作为春节伴手礼，受到越来越多年轻消费者的青睐。“前年春节，我们单日

最高销量突破1万单。”张国龙把仓库临时转移到直播区，保证即便除夕当天也能贴单发货。“从除夕到初六，我和媳妇都会开播。”张国龙说，春节不停播的商户不在少数，快递公司也安排了人员，大年初一就能上门取件。

文创潮玩稳居 文具店C位

除了窗花、对联、灯笼等传统年货，近几年不少新产品也成为临沂小商品城的年货主力军。比如文创潮玩，让原本因学生放假进入淡季的文具店，在春节前也忙碌起来。

多年前，主营文具的周子浩带女儿参加一场国产动漫签售会。深深着迷的女儿买了一堆钥匙扣、徽章等周边产品，一算账竟花了700多元，“连礼品袋都要单独花钱。”惊讶之余，周子浩发现了新商机——电影IP衍生品等文创潮玩产品，在青少年乃至中青年群体中拥有广阔市场。于是，他的文具店陆续上架这类产品。随着规模不断扩大，上千种文创潮玩占据了周子浩的展厅。

文创产品也是陈文彪的主打产品之一，忙的时候，店员连吃午饭的时间都没有。陈文彪说，三四十年前，孩子们收到的新年礼物可能只是一支新钢笔，而现在有更多精美的产品组合可供家长选择。

年近七旬的陈文彪，对年味的感受格外醇厚。年少时就从义乌到临沂打拼的他，见证了临沂商城的起源与发展。每年回义乌过年，是他雷打不动的安排，今年也不例外。农历小年前，他到银行取了崭新的现金大钞，准备当作压岁钱送给家族小辈。

记者 高松 临沂报道

在拥有136个专业批发市场的临沂，专为酒店用品建一座“城”，并不新奇。五层贯通、八大展区相连，50万平方米建筑汇聚超过20万种商品，让中国酒店用品城成为全球规模最大、档次最高、规划与功能最完备的专业酒店批发市场。在这里，你可以为一间酒店配齐所有用品，也能为一个小家找到所有温暖。

在酒店用品城一楼，刘莲花最懂这份“承托”的重量。她店里的乌檀木菜板，不起霉、不开裂、不掉屑，一年能卖出1000多万元。在刘莲花看来，销量背后无关玄机，不过是“品质稳一点、服务实一些”。

相隔一层楼的翔泰瓷业店里，王琪正清点着一批名为“花繁叶茂”的骨质餐具。“国庆节过后，我们就开始为春节备货，最近订单比以往多了三四倍，像‘盛世牡丹’这种带有美好寓意、喜庆的瓷具最受欢迎。”王琪觉得，客户要的其实不仅是餐具，更是那份团圆的仪式感。

一块菜板、一只瓷碗，看似平常，却撑起了从酒店餐饮到千家万户餐桌的体面与温度。在酒店用品城，几乎所有与“用”相关的需求，都能在此一站式配齐。

从老土杂市场整体搬迁到酒店用品城，变洋气的市场与李贞杰记忆里的嘈杂拥挤大不相同。五年前，李贞杰从父亲手中接过已有20多年的老店。父亲经营时，品类以经典实用

可逛可玩可体验，网感十足 酒店用品城变身3A景区

为主，样式变化不多。如今，他跟随行业风向，推出更年轻、潮流的款式——从酒店专用的醒酒器到网红风的冰裂纹咖啡杯，从传统的白酒盅到年轻人喜欢的彩色吸管杯，基本每月都要上新，现在店里已有超过六千种玻璃制品，一半都是他接手以后推出的。为迎接新春，店里还推出一款旋转果盘。

李贞杰说，早些年，发货还得靠三轮车拉到物流市场找货车，市场整体搬迁后，仓储、物流被整合到两公里之外的现代物流城。现在一天能发出三辆17.5米长的大货车，仅高脚杯一年就能卖出上百万个。

市场之“新”，并非只体现在经营者更年轻的脸上。韩艺菊的陶瓷店中，有一片被特意划出的“网红体验角”。新春临近，这片区域悄然换上了“年味新装”——印着吉祥纹样的釉下彩餐具，以中国红为主调的团圆碗碟等，这些充满喜庆寓意的“颜值款”，成为年轻人选购年礼、装扮家居的新宠。“很多年轻人专门过来，就为买一套网红同款的咖啡杯或手工釉下彩餐具。”店长韩东菊说。

2024年，酒店用品城成为3A级文旅景区。打上景区的标签后，酒店用品城顺势转向打造“可逛可玩可体验”的沉浸式消费环境。2025年，市场升级了游客服务设施，增设网红产品展示区，并引入主题咖啡馆、特色餐饮等配套。数十万种商品既保持着“全年批发价”的渠道优势，也增添了适合零售的精致包装与特色设计。

中国国际食品城调和世界风味与中国胃口 来这里一站购齐全球美味

记者 高松 临沂报道

食物承载着最浓烈的年味记忆。在临沂中国国际食品城，刚进腊月便已年味涌动，批发商集中下单、工厂加急生产、物流高效运转，业主们抢抓线上线渠道，全力保障春节市场供应。

总占地181亩，建筑面积36万平方米的食品城，是全国最大副食品批发市场。东区主打食品全品类批发与数字交易，西区集聚行业头部品牌，集品牌展示、直播电商于一体，市民可一站式购齐各类年货。

深耕行业35年的金海潮食品，一场直播十余秒便能售出7000多盒产品。佳德仕则汇聚二十多个国家和地区的进口食品、酒水饮料，让世界风味走进中国。

从传统批发到数字商贸，食品城历经多次迭代升级。2005年起，商户主动拥抱电商浪潮；2020年，市场打

造专业直播间，商户借直播带货拓宽销路。如今，熟客订单通过数据一键直达仓库，货物发往全国各地。

冯宪涛的九州华府在200余平方米店面内陈列近千种礼品，年销售额超店面租金百倍。从临西一路到临西十一路，市场虽越搬越远，规模却越做越大，年味也从拥挤抢购变成便捷高效。

依托“中国食品之都”的产业优势与发达物流体系，市场不仅满足国内需求，更将产品出口至东南亚等地。临沂还探索“文旅+商贸+展销”模式，开通年货公交，让专业市场成为市民新春消费的热门打卡地。

就像年的味道不只有糖果带来的甜蜜，致力于成为国内领先、与国际接轨的食品贸易与供应链综合平台的食品城，用成千上万的产品，调和着世界风味与中国消费者的胃口，赋予消费者一种复合的、承载了集体记忆与文化密码的味道。