

电商们纷纷推出年货专场，实体店铺采取线上、线下两种方式，“洋年货”受到消费者的青睐

2016:不一样的年货市场

焦点

□本报记者 徐 潇

随着新春临近，许多家庭纷纷办起年货，家庭清洁类商品、零食、酱鸭腊肉等是采购的“重头戏”。

与以往不同的是，今年采购手段多种多样。电商们纷纷推出的年货专场引爆“年货热”，而实体店铺所采取的线上、线下两种方式，也为年货市场的火爆提供了助力。

电商“年货节”火热

记者查询各大电商平台的网站看到，对于年货的销售，大家都打出了“满赠”、“年货专题”等多种方式的促销手段。

受访企业认为，对于习惯使用网络平台购物的消费者而言，这种“省时、省力、省心”的购物方式十分受欢迎。

在京东官网首页，“年欢惠”的字眼已经遍布各类商品。点开“年货街”主会场，第一个促销活动“零食一元秒”从1月11日开始，后续还有酒水“买2免1”、礼盒“买1赠1”等一系列活动，直至1月31日。疯狂的是，在2月1日~14日期间还有“春节不打烊”的促销。

在2015年11月12日，天猫“双11”网购狂欢节结束的第二天，阿里巴巴 CEO 张勇就在北京水立方表示，阿里巴巴将在2016年1月中旬启动阿里年货节活动，这也是阿里举办的第一届网络年货节。

今年1月6日，阿里巴巴开始为首届阿里年货节预热，12小时内销量突破20万单大关。2016年1月17日，阿里年货节正式开幕，三只松鼠、想念挂面等品牌纷纷加入。“天猫年货节”的食品专场更是推出年货爆款，部分商品还进行0.01元疯狂秒杀。

苏宁以及1号店也同步举行了年货节活动，电商平台全面杀入年货市场。苏宁易购的官网首页打出了“超级年货节”的标语，零食会场的“买1送1”、“满99减50”、“1元秒杀”等活动和京东如出一辙，促销力度十分大。

网络年货节的举行，受到了不少年轻消费者的欢迎。同时，这种方式也使得年轻人很好地参与到置办年货这种浓浓的年味氛围中。

公司白领王女士表示，过去都是父母去

“十三五”我国城市基建迎高峰 开启PPP模式广阔空间

□新华社记者 韩洁 申铨

历经2014年和2015年两年密集推广，政府和社会资本合作的PPP模式将在2016年迎来三年试点的收官之年。此间权威人士指出，“十三五”将见证我国城市基础设施建设的又一高峰时期，正式启幕的PPP模式将迎来广阔发展空间。

“经过两年探索，推广运用PPP模式在中国已初见成效。”财政部金融司司长孙晓霞在25日北京举行的中国PPP百人沙龙首届高峰论坛上说，推广应用PPP模式不是一个简单的项目融资，而是一次理念观念的革新，既代表了国家治理能力的提升，又体现了财政管理方式的升级。

PPP模式的推广和运用始于党的十八届三中全会。经过了2013年的准备之年，2014年的发展元年和2015年的深化完善之年，PPP模式终于在2016年“十三五”开启之际迎来快速发展阶段。

“十三五”规划建议提出，要创新公共服务提供方式，能由政府购买服务提供的，政府不再直接承办；能由政府和社会资本合作提供的，广泛吸收社会资本参与。

“推广PPP模式对补足城市基础设施建设短板具有重要意义。”出席论坛的住房和城乡建设部城建司副司长章林伟说，2014年我国房地产完成投资总额9.9万亿元，而城市除电力和通讯之外的基础设施建设投资总计1.64万亿元，远低于世界银行建议的房地产投资和基础设施投资1:1的比重要求。

北京大岳咨询有限公司总经理金永祥说，目前我国城镇化率只有54%，要达到目前发达国家70%以上的城镇化率水平，仍有很大的发展空间。补足基础设施建设短板，无疑为社会资本通过PPP模式参与城市建设提



麦田 摄/东方 IC

市场置办年货，今年电商活动比较多，家里的年货大多是在电商平台采购的。“现在连爸妈都知道要到网上买年货，种类多，也不用东奔西跑了。”王女士说。

实体店推线上线下结合

记者走访了北京的几家超市后发现，火腿、咸肉、酱鸭等年货食品已经被系上红绸带，在年货商品堆里集中亮相。

按照传统惯例，春节前半个月是年货销售的黄金时间，但近几年消费群体观念逐渐改变，丰富的商品选择让高峰不再集中出现。从春节前一个月开始，市场就陆续消化年货存量。

针对电商年货市场瓜分实体店销售额的现状，各大超市在店内广播推荐消费者下载手机App，在线选购年货，推出“抢红包”、微信“摇一摇”等一系列互联网营销手段吸引广大消费者。

记者了解到，华润万家超市从元旦以来就利用微信支付平台推出“摇红包”活动，针对年货商品进行购物优惠券、现金券的派送。

多家超市相关负责人表示，在O2O普及的商业场景下，卖场不再只是卖场，更是一种媒介，利用好互联网的强大数据和功能，就能把客流引进门店，而商户与顾客形成连接，并通过对顾客沉淀数据的解读则有助于提高营销效率。

与此同时，线上平台的年货销售也正在尝试向实体店延伸。

由本土优质农产品销售电商企业“采菊人”举办的“田园风情文化”年货展，就将以往只能在线上购买的农产品搬到了线下，让市民实地挑选瓜果蔬菜、粮油米面等年货商品。其平台负责人王小雨表示：“将线上服务落地，能为消费市场带来更多的体验感。”

“洋年货”走俏市场

与往年相比，2016年的年货市场出现了众多进口商品的身影。

年货市场大量引进“洋年货”，并且加大了海外直采的“洋年货”的比例，商品种类也更加丰富，包括生鲜、酒水饮料、休闲食品、冲调茶饮、粮油副食、干货等。其中，进口水果、干果、生鲜受到广大消费者的青睐。美国柳橙、新西兰奇异果、墨西哥牛油果、澳洲龙虾、印尼金枪鱼、巴西牛肉等颇受消费者欢迎。

“从元旦开始，年货大街成了卖场最有人气的地方，今年我们的供应商品增加了跨境电商的选购，还提供相关商品的送货服务，受到不少顾客的欢迎。”京客隆工作人员介绍说。

在今年跨境商品受到国内消费市场热捧的背景下，不少超市纷纷在年货供应上引入了跨境电商。

在华润万家超市、沃尔玛超市里，部分进口礼盒装商品跃入年货大军的队伍，“这不过快过年了，就想着买点进口食品给家里人尝尝鲜。”正在进口商品区选购的余女士告诉记者。

而朋友圈代购也兴起了“洋年货”，记者了解到，目前海外代购主推红酒，一名定居意大利米兰的华人告诉记者，以往过年前会帮客户订购海外糖果，而今年很多客户指名要品牌红酒。“马天尼的香槟国内399元，意大利只要4.5欧元。很多客户托我订购红酒做年货。”

□本报记者 赵 昂

近几日，全国大部分地区出现寒潮天气，22个省省会城市气温创今冬以来新低，即便是岭南大地，也飘起罕见的雪花。对于没有集中供暖的南方省份而言，空调就成了这个寒冬中主要的取暖方式。

极端天气的到来，让空调的理论需求量大增，也令空调产业从业者颇感欣喜。毕竟，在此之前，空调产业的日子并不好过。

2015年，中国空调产业规模约3200亿元，同比下降8.3%，成为家电行业内唯一出现大幅度下降的门类。其中，家用空调同比下降8.9%；商用空调同比下降5.3%；中央空调同比下降11.9%。如果对比近十年来空调产业和房地产市场数据，可以看出，空调产业的兴衰，和房地产市场的冷热有很大

的关联。

而当下空调产业的不振，与房地产的疲软不无关系。毕竟，新房装修，往往是消费者购买空调的主要原因。除此之外，过去空调传统销售渠道主要依赖于实体商家，如今，实体商家难敌电商，也拖累了空调销售。

面对着日渐萎缩的市场蛋糕，空调业不得不打价格战、口水战，2015年上半年全国家用空调终端零售市场销量规模2550.9万台，同比增长0.5%，销售规模845.5亿元，同比下降6.6%，量平额减的背后，则是各大空调厂商把克扣杀价当作市场竞争利器。

极端天气真的能成为挽救空调产业的最后一根稻草吗？其实未必。因为极端天气仅仅是短期内出现，不可能从根本上扭转空调产业的颓势，这样的先例此前已经有过。2013年夏天出现极端高温天气，空调产业

导读



6版：废旧电器回收，正规军缘何敌不过破烂王



7版：成渝高铁引发新变局：哪家欢喜哪家愁



8版：兰州：电动出租车试营月余 司机急盼多栽“桩”

热点

□ 本报记者 刘 静

记者从中国铁路总公司获悉，从1月24日起至3月3日止，为期40天的2016年铁路春运正式拉开大幕。预计2016年春运期间，全国铁路发送旅客3.32亿人次，同比增加3755万人次，增长12.7%。

今年春运有何变化？随着高铁成网，铁路用数字回答：猴年春运，不用“猴”急。

高铁成网

记者从1月17日召开的中国铁路总公司工作会议上获悉，到2015年底，中国高速铁路运营里程达到1.9万公里，居世界第一位，与其他铁路共同构成的快速客运网可基本覆盖50万以上人口城市。“四纵四横”高铁主骨架基本建成，在区际运输中发挥着重要作用。

日前，记者从广铁集团发布的各项数据发现，今年广铁春运高铁运力安排首次超过普铁，高铁站客流首次超越普铁站，这标志着铁路春运出现了历史的新拐点。

节前广东共安排出省列车497对，同比增加55对，其中高铁出省256对，同比增加53对；普铁出省241对，同比增加2对。高铁运力安排首次超过了普铁，这在春运历史上是首次，在高铁担当运输主力的背景下，高铁运量预计将达到总量六成，较去年增加一成。

而聚焦我国经济发达的长三角地区，一条条高铁线路编织成网，一列列动车组列车在城市间穿梭飞驰，密密地绘出新的交通版图。

截至2015年底，上海铁路局管内高铁线路达14条，营业里程9868公里，高铁里程3250公里，客运营业站达194个，基本覆盖“三省一市”各县、市、城市和地区。2015年开通的合福高铁、宁安高铁、金温铁路三条新线和沿途开设的19个新站今年迎来首个春运，旅客出行更方便。

猴年春运是合福高铁开通运行以来的第一个春运，南昌铁路局福州火车站将开行动车187.5对，比去年增加近54%运输能力。尤其动车运能占八成，平均每3分钟就开出一对动车，大大缓解了春运客流的压力。

2015年，沈阳铁路局大连车务段管内开行高铁列车56对，今年春运期间又增加了开往北京南和沈阳北方向的高铁列车3对，努力满足旅客春运期间的出行需求。

有关专家指出：这些现象都揭示出春运新拐点的到来，同时折射出高铁春运不仅仅是交通基础设施的重大变化，更是区域性乃至全国产业经济结构、生产力布局调整优化升级的结果，预示着高铁将对中国的经济社会发展继续产生重大而深远的影响。

旅客之变

沪宁、沪杭等繁忙线路最短每5分钟就有一趟高铁动车组列车开行，长三角各中心城市间分别形成了“1、2、3”小时高铁都市圈，旅客出行“点菜”下单选择更多。

“树上的鸟儿成双对，绿水青山笑颜……”1月23日，在安庆开往合肥南的D5660次动车组列车上，乘务员为车上的一对新娘新郎献上了黄梅戏“夫妻双双把家还”。

因受冰冻天气影响，高速公路封闭，合肥井岗镇的新郎王召阳与池州新娘祝玲琳，原计划迎亲车队走高速公路，无奈之下，当即决定改乘高铁。新郎说：“今天要是没有高铁动车，酒席就乱套了。”

旅客以前害怕买不到票，乘不了车，提前多天买票、乘车，行程时间拉长。随着大量客车特别是高速动车组列车的开行，旅客“快旅慢游”的梦想变为现实，行程安排时间大大缩短。

记者从西安铁路局了解到，从目前售票情况来看，春运期间，省内短途客流占据了陕西省高铁总发送人数的60%以上，其中省内短途客流中的西宝高铁客流就会超过三分之一。高铁已成为西宝旅客出行的首选。

旅客旅行心理也经历了由以前的焦虑窘迫，到现在的淡定从容之变。

据乘务员告诉记者，现在值乘广州高铁线路的济南南客段段长胥车长介绍，自从高铁开行以后，能明显感觉到乘客的生活水平在

猴年春运，不用『猴』急 铁路春运凸现历史新拐点

慢慢提高，素质也在慢慢提升，像原来在普通列车上常见到的大包小行李的现象在慢慢变少。因为工作回家或者其他原因提前乘车的人开始变少了，更多的人会希望当天的行程当天买票，当天乘车，当天就能到达。

高铁游火了

临近春节还有十多天，新疆春节期间的短途高铁车票已经售罄，很多人选择乘坐高铁出行。高铁车票以团体票尤为抢手，各大旅行社纷纷推出了“丝路休闲冰雪游”、“乘动车赏冰雪”等诸多冰雪旅游项目，让游客感受别样的新疆冬季游。

新春佳节期间，除了与家人团聚之外，亲朋好友筹备一次度假旅行成为越来越多人的过节方式之一。

带着家人到吐鲁番自由行，张宗亮向往已久，可久未成行。“平时一家人各忙各的，难得有时间聚在一起，往年过年都是看看亲戚，和朋友聚聚，今年我想换种方式，和家人利用春节小长假来次短途游，自驾游堵车，道路结冰还不安全，坐着高铁去吐鲁番，不到一个小时就能到达，票价才50多元，速度快，还安全，太值了。”他对即将到来的春节假期充满了期待。

新疆康辉国际旅行社负责人说，兰新高铁班次频繁、接待量大，春节长假期间，该旅行社预计春节期间接待乘兰新高铁前往吐鲁番、哈密旅游者人数达1000多人，较去年同期增长两倍以上。

1月8日，被称为“草原动车”的内蒙古首个动车组一岁了。“草原动车”每日开行12对共24趟动车组列车，双向日均客座能力达到1.5万人次，累计发送旅客422万人次，单日最高旅客发送量达2.1万人次，成为祖国北疆一道亮丽的风景线。（下转第7版）

寒潮天气难以提振“寒流”下的空调业

呈现井喷态势，但当时增加的新产品，迄今还有的依然沉淀在销售渠道中。

毕竟，空调不比其他家电，产品时常更新换代，且消费者能自行装配，消费者若不搬家，通常不会因为几天的冷热异常，就更换家中空调，哪怕这台空调已经服役许多年。

寒潮天气的确会在短期内增加空调需求，特别是天阴湿冷又无暖气的南方地区，但无法从根本上挽救“寒流”下的空调产业。能挽救空调产业的，是全新的销售渠道，和更好的空调技术。

相对于都市边界趋于稳定化的一线城市而言，二三线城市的房地产依然有潜力可挖，这些城市消费者对于空调的需求也会增多。加快在中小城市的布局，将有助于改变当下空调厂商在一二线城市的生存窘境，激发新的市场潜力。

除此之外，线上销售已经成为空调销售的重要渠道。2015年空调线上零售量为489万台，同比增长47.2%，零售额达到120亿元，同比增长32.2%。但是，空调与其他家电不同，消费者无法自行安装，所以，线上销售如何与售后服务进行有效对接，显得格外重要。

事实上，当下消费者对于空调的功能需求，已经不只是温度调节，消费者也更加看重空调的各种附加功能，比如，除PM2.5、除异味等，换言之，把产品做好，依旧是空调厂商的核心竞争力所在，而拓宽新的营销渠道，方能在未来的市场竞争中取得先机。