

今年农村市场谁唱主角

本报记者 亢舒

家住河北省兴隆县半壁山镇钓鱼台村的青年李东旭农历新年前后去赶了好几次集。李东旭告诉记者，平时应急的柴米油盐就在村子里的小商店买，现在村里也有小型超市，像城里的超市一样有货架，可以自选。他们最为习惯的消费方式还是赶大集。李东旭说，不过，现在生活好了，要是买点“上档次”的东西，还得去县城或者更大的城市。

随着我国广大农村居民收入的提高，农村市场对商品供应需求不断变化。值得关注的是，至2013年1月31日，全国家电下乡政策将全部执行到期。而家电下乡政策的结束，并不意味着开拓农村市场任务的完成，商务部有关负责人透露，今年我国开拓农村市场将推出新的举措。尽管具体措施尚未出台，但这一信息已引起业内广泛关注。

家电下乡：工商结合共同惠农

为拉动农村消费需求，我国从2007年开始实施家电下乡政策。家电下乡自实施以来，带动工业生产、拉动消费、便农惠农效果明显。

据商务部数据，截至2012年9月，中央和地方财政累计投入补贴资金765亿元，平均向每个农村家庭发放补贴近400元。最新数据显示，截至2012年12月底，全国累计销售家电下乡产品2.98亿台，实现销售额7204亿元。

商务部有关负责人介绍，家电下乡有效拉动农村消费需求。家电成为农村消费热点，农村消费市场得到有效撬动。平均每户农村家庭购置家电的首选。彩电、冰箱（含冰柜）、洗衣机家电下乡产品销售量占到国内市场总量的62%、30%和24%。地区间家电消费差距逐步缩小，中

西部地区，尤其是少数民族地区家电增速明显快于东部地区。如地处六盘山集中连片特困地区的宁夏回族自治区海原县，2012年1—8月家电下乡产品销售量销售额均保持20%以上的增长。

同时，家电下乡有效推动农民消费结构加快升级。2011年，每百户农村居民家庭拥有电冰箱61.5台，比2002年底增

2005年开始，我国开始实施“万村千乡市场工程”。截至目前，全国“万村千乡市场工程”累计建设改造标准化农家店64万个，覆盖75%的行政村。

商务部副部长姜增伟表示，“万村千乡市场工程”推广了现代流通方式。通过对农村传统的“夫妻店”进行标准化改造，推动连锁经营方式在农村逐步普及。万村

高，在方便农民消费的同时，自身也得到发展壮大。

扩大农村消费政策将逐步出台

扩大内需，重点在农村，难点在农村，关键也在农村。国家统计局的最新统计数据显示，2012年乡村消费品零售额同比增长14.5%，超过城镇消费品零售额14.3%的增幅。这表明，我国农村消费市场增长势头强劲。然而，2012年，我国城镇消费品零售额179318亿元，农村消费品零售额27849亿元。农村消费总体规模尚小，还蕴藏着巨大的市场潜力。

“尽管一些促消费的政策到期了，但是国家将加快建立扩大消费需求的长效机制，努力改善民生，提高居民收入，完善社会保障，推进城镇化进程，这些方面都可以更有效地释放居民的消费潜力。所以说虽然有一些流通领域的促进政策会逐步退出，但是其他政策会逐步出台，特别是与分配、收入有关的政策出台后会进一步释放消费潜力。”商务部新闻发言人沈丹阳说。

商务部研究院流通战略研究部主任张育林的说法与沈丹阳产生了契合，张育林说，从长远看，开拓农村消费市场最根本的还是要增加农民收入，让农民有钱花，敢花钱。

当前，基本生活支出、家庭成员的医疗支出、子女的教育费用是农民的三笔大开销。如今，受物价上涨的影响，农民的基本生活支出有所增加。“医疗账本”虽有所减轻，但仍是农民支出的重点，储蓄救急、救病的观念让农民习惯于把钱存起来。“教育账本”越来越“厚”，“攒钱为孩子上学”在农村是司空见惯的理念。

专家指出，从长期看，补齐农村地区公共服务“短板”，建立普惠性、城乡一体的社会保障网络，减轻教育、医疗等带来的压力，是撬动农村消费需求的关键。

过个“清净”年

本报记者 常理

又是一年春节过去了，节日期间，走亲访友、家人聚会免不了要带一些合适的礼品。与以往火爆的烟酒、保健品市场相比，今年有一类新的礼品进入了大家的视野，这就是空气净化器。

前段时间持续的雾霾天气着实让在北京生活的居民心有余悸。正在大中电器牛街店购买空气净化器的张先生告诉记者：“前段时间空气实在太糟了，我家孩子才两岁，怕这样的环境对孩子不好，于是当时就买了一台空气净化器。这一个多星期过来，觉得效果不错。这不，我准备再多买几个。”

记者注意到，相比于其他小家电，空气净化器的柜台前人头攒动，前来咨询、购买的人络绎不绝。节日期间送一台空气净化器给亲朋好友已成为了一种时尚。“每年一到过节就送礼发愁，有时候送别人的东西根本都不实用。这空气净化器我看挺好，价格合适又特别实用。”家住附近的吴女士告诉记者。

记者从卖场了解到，根据净化面积的大小及性能，空气净化器的价格从几百元到上万元不等。一般50平方米左右的，价格大概在2000元至3000元之间，也最为畅销。而除了实体店，在苏宁易购、淘宝网等网店上，空气净化类的产品已经成为搜索热词。记者在京东商城内点击空气净化器，销量排名第一的某款飞利浦空气净化器已在京津地区断货。

据了解，前不久，中国质量认证中心正式发布了《空气净化器环保认证规则》。其中提到，产品检验净化性能及除菌性能应满足固态污染物净化率大于等于40%，气态污染物净化率大于等于25%，微生物净化率大于等于50%的标准。对于满足该标准的商品，才能使用“中国环保产品认证”的标志。

而记者在卖场里看到，展柜上的样机一般都标有PM_{2.5}去除率、甲醛下降率、洁净空气量等指标以吸引消费者眼球。而净化器的品牌也有很多，国产的以美的、亚都为主，而进口品牌以松下和飞利浦为主。同时，净化器的净化原理也五花八门，有净离子技术、静电吸附、臭氧净化、光催化净化等。卖场负责人告诉记者，春节期间，咨询购买的消费者特别多，销量是之前的两三倍。

老年人的新消费观

本报记者 齐慧

牛妈今年61岁了，家住天津市河西区，退休后，牛妈每个月有自己的养老金，没事的时候就和几个老姐妹唱唱歌，跳跳舞，生活过得安逸自在。

过年这几天，家里来了很多的客人，忙里忙外地把牛妈累得够呛。牛妈的女儿璐璐看在眼里，疼在心里。正月初四，璐璐提前预订好了SPA，带着妈妈就去了。

“总听朋友说起，什么是SPA？”牛妈问起服务人员。“SPA简单说是水疗美容与养生，是集休闲、美容、减压于一体的休闲健康新概念。”

牛妈还是听得云里雾里，工作人员笑着说：“您进去试试就知道了。”经过洗浴美容按摩3个小时下来，牛妈觉得全身舒适轻松许多。

“可这要花多少钱呢？”璐璐怕妈妈心疼钱，说：“不贵您就别问了。”

“我也想带朋友一起来，您给介绍一下。”牛妈对服务员说。

服务员说，如果办卡平均一次大概150元左右。开始牛妈也觉得价格高，但得知可以舒缓疲劳、预防疾病及延缓衰老，慢慢觉得可以接受。

璐璐惊讶地说：“妈，没想到您这么前卫呢。”“其实，我原来也舍不得花钱，像我们这一代人是从苦日子熬过来的，对现在的好日子是格外珍惜。但我现在想开了，老年人首先身体最重要，也要学会享受生活。”

店家也表示，在这里办卡的中老年人已经有很多了，很多项目也是专门为中老年人设计的。随着生活水平的提高，现在越来越多的老年人选择走出家门，尝试新鲜事物，这也让很多商家看到了商机。



2月13日,人们在上海图书馆观看油画展。春节期间,不少上海市民选择逛书店、看画展,享受着假日里“闹中取静”的慢生活。

新华社记者 陈飞摄

本版编辑 徐涵 童娜

内外贸结合市场
首批试点确定
本报讯 记者李予阳报道:为促进我国对外贸易发展转方式、调结构,培育外贸竞争新优势,推动内外贸协调发展,进一步提升我国商品市场发展水平,商务部决定在全国开展重点培育内外贸结合商品市场试点工作,目前已经确定将浙江省义乌中国小商品城、江苏省叠石桥国际家纺城、浙江省海宁中国皮革城作为重点培育的内外贸结合市场首批试点单位。
有关专家指出,建立内外贸结合的商品市场有助于形成大市场、大流通、大开放的新格局。
重要生活必需品
储备体系形成
本报讯 记者李予阳报道:经过多年建设,我国已经初步形成了制度完善、管理严格、运行高效的重要生活必需品储备体系。
商务部负责管理的中央储备商品共有3个品种,即肉(猪、牛、羊)、糖、茶(边销茶)。全国31个省区市及156个地级以上城市建立了地方储备制度,储备品种达到29种。另外,51个北方大中城市建立冬春蔬菜储备制度,2012年共落实蔬菜储备近30万吨,落实储备资金1.5亿元,为保障北方大城市冬春蔬菜市场平稳运行奠定了基础。

题
蛇年春节,在街上见到的两条“蛇”引人深思。所谓“蛇”,是指购物的长队,而排队购物已是近年来的稀罕事,更别说几十人的长队。
一是年前在北京街头见到人们排队买炒货,要想买到这家的葵花籽和糖炒栗子,不排1个小时以上是没指望的。二是节后在奥特莱斯买打折名牌的长队,照片中的场景不是排队结账,而是排队进店。尽管电商发展有着广阔的空间,但特色、时令、折扣、体验,仍是传统商家不可替代的优势。


左图:北京府右街,年前买炒货的人排起了长队。 上图:天津京津名品奥特莱斯品牌店前,购买打折名牌的人们排起长队。
本报记者 徐涵摄影报道

市场发现

盘点新春消费新风尚

本报记者 鲍晓倩

春节是传统的消费旺季,2013年春节黄金周消费市场增势喜人。据商务部2月15日发布的数据显示,除夕至正月初六,全国重点监测零售和餐饮企业销售额5390亿元,比2012年春节期间增长14.7%。

餐饮、旅游、购物……今年春节黄金周,消费者的钱都花在了哪?又有哪些消费新理念和新方式呢?

餐桌刮起节俭风

在“光盘行动”的引导下,厉行节约之风刮遍了今年春节的餐饮市场。

往年春节,一些高档酒店的年夜饭预订往往“一桌难求”,今年高档酒店、高档食材和高档酒水的销售却明显下降,大众餐饮消费稳中有升。如浙江省重点监测高档酒店的销售额比去年春节期间下降20%以上,河南省高档酒店上座率明显下降,郑州萧记烩面、开封一楼、洛阳真不同等中档餐饮酒店依然生意兴隆。

实惠多了,浪费少了。各地许多餐饮企业调整了包桌标准,推出了经济实惠的新春家宴,创新了小份菜、半份菜、拼盘菜等产品,还积极提供免费打包、就近送餐等服务。北京市10家大型餐饮企业的749家门店,向消费者提供“半份菜”,包括全聚德、呷哺呷哺、便宜坊、东来顺、湘鄂情、汉拿山等知名餐饮品牌。

值得一提的是,方便快捷的“半成品”年夜饭走俏百姓家庭。“把年夜饭带回家”,成为北京、上海、成都、杭州等地的“新时尚”。各地都有不少实体餐厅、熟食店,适时推出了年夜饭半成品礼盒,如眉州东坡酒楼推出了多个系列的“年夜饭外卖礼盒”、小南国推出了“家味”、“年味”两款年夜饭礼盒,价格比餐厅成品年夜饭便宜不少。

网络购物不打烊

今年春节,网络购物已从购物消费的新渠道向主流购物消费渠道迈进。不少家庭通过网络购备年货,除了服

装、电子产品外,个性化的零食、巧克力、糖果、玩具、馈赠礼品等均在网络热销。此外,连“年夜饭”也能网购。在淘宝网搜索“年夜饭”,搜到的相关数据超过800个,网购“年夜饭”中300元至500元的套餐最受欢迎。

由于快递公司春节歇业,物流成了往年春节网络购物的一大瓶颈。今年春节,随着一些大型电商的自建物流服务体系不断完善,网络购物365天“不打烊”也成为现实。京东商城高调宣布“春节不打烊”,挣足了人气,京东网站正常运营的同时,北京、上海、广州、成都、沈阳、武汉、天津、重庆、深圳、南京、杭州、济南12个城市自营配送覆盖区域的订单正常运营。京东大货仓所在的26个城市依然正常运营,努力保障春节期间消费者顺利网购。

此外,邮政速递EMS、顺丰等多家快递公司均宣布春节期间不歇业,淘宝网也有多家店铺挂出了“过年不打烊”的告示,天猫商城电器城还发起了“欢乐不打烊 还有红包抢”的促销活动。