



道琼斯工业指数一周走势



日经225指数一周走势



去年服务外包合同金额增长超五成

2013年我国共签订承包服务外包合同167424份，合同金额954.9亿美元，同比增长55.8%；执行金额638.5亿美元，增长37.1%。

美国、欧盟、中国香港和日本是购买国际服务的主要发包市场。



午夜时分

2014年大年三十的贵阳，贵阳国际机场，来往熙熙攘攘，航站楼里年味十足。与机场候机楼一墙之隔的，是国家西部大开发重点建设项目——贵阳机场扩容改造工地。

“施工现场紧靠着T1航站楼和停机坪，不光是场地非常狭窄，而且地面以下埋设有热力管线、动力管网、指挥塔台的通信光缆等几十条管线，任何一条管线

工地花火别样红

春节期间，中国铁建十八局集团机场扩容改造项目经理韩亚东说，“扩建施工是在不停航的情况下进行，安全风险相当大，一点都疏忽不得。”

伴随着旋挖转机哐当哐当的振捣声，隧道公司90后技术员赵成攀手拿钢尺穿行在横七竖八的钢筋笼之间，这已经是他今晚第四次工地巡查了。今年也是他在工地上度过的第四个春节。

第一次在工地过年时，小赵感觉挺新鲜、无所谓。第二年春节，项目部让他带领40多个临时工在工地上值班。2013年的春节是在秦岭山区的引水工地度过的，当时工程工期压力非常大，不知不觉新年就过去了。眼看到了2014年春节，小赵早早买好了火车票，算计着回家的日子。没想到腊月廿二，项目部接到通知，机场扩容改造工程的土建基础必须往前赶，确保钢结构吊装工序能在今年5月底完成。春节不休息的消息，他一直拖到腊月廿八才告诉家里。

夜已经很深了，施工现场灯火通明、烟花飞舞。建安公司电焊工高维忠焊接完了18号钢柱的最后一道焊缝。“现在工友们都是一三班倒，2月底屋面网架施工才是重头戏。”春节不能回家，高维忠托人给儿子带去了新买的玩具。“自己回不去，捎点东西回去，心里也好受些。”高维忠边往宿舍走边说。这时兜里的手机响了，电话那头孩子的一声“爸爸”，让这个坚强的汉子眼眶湿润了。过了好久，他才说：“既然选择了这个职业，就要承担这份责任，愧对家人的，自己以后慢慢补偿吧。”

生活区板房里，食堂热气腾腾的饺子已经下锅，55岁的厨师何师傅跟着公司南征北战已是第13个年头了。他说，有8个春节是和大家一起在工地上过的。“这些小伙子就像我的儿子，看着他们这么辛苦，只能在饭菜上下点功夫，尽量让大家吃好。”何师傅告诉记者，“春节回不去，最想的就是小孙子。”

“走小路铺大路无怨无悔，住板房建大厦艰苦为荣”。夜色中，板房外的对联格外醒目。

零点的钟声响了，伴随着远处的烟花，工地上

的烟花灯火有着别样的美丽……



新春走基层



上图 2月2日，游客在北京图书大厦春节文化庙会上体验传统手工制作。扎风筝、虎头鞋、北京绒鸟、皮影、面塑等传统手工艺制作走进书店，让游客近距离体验民俗文化，欢欢喜喜过春节。

本报记者 赵晶摄

右图 春节期间，宁夏中卫市广大民警坚守在工作岗位上，为群众保障平安。图为中卫市交警一大队民警孙涛在农村班车上帮助乘客系安全带。

本报记者 拓兆兵摄



老字号选年货排长队

本报记者 祝惠春

北京拥有众多著名的老字号，形成京城文化独特魅力。每逢年节，北京老字号年货的火热销售场面，成为一道亮丽的风景线。

农历正月初一，记者来到北京老字号稻香村的西三旗经营部，糕点区的柜台前居然排着4队顾客，每队大约七八人。“这也太火了吧！”看到记者一脸惊奇，店员王守聚笑眯眯地说：“稻香村糕点有名啊！逢年过节，老北京就是喜欢这个味儿。”

一位男士购买了“鸿灯糕兆”礼盒，他告诉记者：“这款礼盒中，自来红、自来自、山楂钢丝、桂花缸炉、萨其马等各种糕点都有一个，

拜年时给老人带一盒，既喜庆，又能给老人带去年味儿，这个分量老人能吃得完、不浪费。168元一盒，价格也很实惠。”旁边另一位大姐告诉记者，逢年过节她都会来稻香村买点心送亲朋好友。“不仅有老北京风味的传统糕点，也有创新糕点，比如这种小袋包装、方便携带的铜锣烧、绿豆爽、乳酪酥、金丝饼，我就经常买给小孙子作小零食、小点心。”她说。

北京稻香村食品有限责任公司销售中心副主任王隽告诉记者，今年一过农历小年，门店就出现和往年一样热闹的排队情况，预计今年春节期间

间销量同比稳定增长。他认为能保持这样的好势头原因主要有3点：一是老字号有文化和传统魅力，在年节更凸显竞争力。第二，在传承的同时，稻香村也在创新产品线。比如2014年专为旅游、离京人士打造的亲民小礼盒“京味经典”就销售得十分火爆。第三，稻香村一直保持着自己的亲民特色，贴近老百姓生活，产品不仅包括糕点、肉食、节令食品，还有主食、糖果、素菜等，并且价位也非常“接地气”。

对于普通北京人来说，过年到老字号来挑选年货，体验地道的老北京味道，成为一种别样的年味体验。

网络对账单晒出消费新动向

本报记者 陈静

支付宝钱包的业务总数超过5亿笔，就拿充值话费来说，有79.3%的用户选择手机支付充值，无线渗透率惊人。此外，随着O2O(从线上到线下)业务的发展，除了网络购物，移动支付也开始向线下进军，化身为生活助手；在便利店买饮料、在出租车上付打车款，在电影院购票，在餐馆叫外卖……生活在不知不觉中变得智能和便捷。

移动支付的普及，也意味着消费者可以借助更多终端进行消费。按无线支付占比计算，2013年排名第一的是青海玉树藏族自治州，平均每3笔账单就有一笔通过手机完成，紧随其后的则是西藏阿里地区和青海黄南藏族自治州，移动支付排名前10的地区全部位于青海、西藏、内蒙古等几个边疆少数民族地区。小小一部智能手机，正在成为弥合东西部之间“数字鸿沟”的利器。

“新意”还来自于互联网金融的大范

围铺开。来自支付宝的数据显示，截至2013年12月31日，余额宝的客户数在7个月中达到了4303万，户均持有额仅有4307元，这甚至不到传统理财项目通常“5万元起”的一个零头。互联网金融的“低门槛”让不少消费者的理财观念在2013年焕然一新，这种变化同样在一份份账单中体现出来。数据显示，余额宝用户的平均年龄仅有28岁，其中又以23岁的用户数量最大，达205万人，50岁以上的用户仅占2.3%。这些在传统场景下很难得到理财服务的年轻人，第一次通过互联网金融感受到投资收益的乐趣。

在这份账单里，还能看到平时往往被人们忽视的购买力。在浙江义乌，用户人均网上支出超过了4万元，按支出总额计算出的百强县，用户2013年人均网上购物超过80笔，他们甚至将在大城市中也属时髦的“海淘”玩得得心应手；在江苏宜兴，平均每100位用户中就有9位进行过海外网

络购物。网络购物作为消费方式在三四线地区的红红火火，不仅让人们看到了消费力量的快速下沉，也看到了其中一些地区的有效供给仍不能充分满足消费者需求。所以，在网络购物喝彩的同时，我们也要看到线下渠道仍有扩张的机会。

种种“新意”，清晰地勾勒出网络消费与网络支付在过去一年中飞速发展的趋势和方向，而对于传统制造企业和线下服务企业来说，这些数据其实也是一个准确体现出消费者消费意向和市场需求的“指南针”。对于线下服务企业来说，来自多个移动互联网“超级入口”的支付方案，可以成为它们线下服务的一个环节，通过将支付环节挪到线上，不仅能节约成本，还能更好地对客户进行基于大数据技术的管理。而对于生产制造企业来说，则应当充分考虑县域消费者的消费喜好和实际情况，将他们的需求列入未来产品设计乃至营销推广的思考中。

经济聚焦

“又到一年‘剁手’时。”随着网民在支付宝上可以查询自己2013年网络支付的年度账单，社交网络上的惊呼此起彼伏。不过，和往年仅仅关注数字不同，随着手机支付和互联网金融的大步前进，今年这份被称为“网上消费观象台”的年度账单有了新内涵。

支付宝作为国内被最广泛使用的第三方支付平台，由于从用户的支付宝账号与身份证件的关联中可以推导出他们的年龄性别，以及根据登录的IP地址能知道用户的位置，这些由真金白银构成的数字，足以体现出网络支付“背后的意思”。

“新意”来自于移动互联网带来生活方式的变化。支付宝的统计显示，包括转账、缴费、还款和充值业务在内，来自手机端支

喜看高端餐饮走向大众

张双

马年春节年夜饭，北京“全聚德”把10人份套餐的价格下调了300元；天津“狗不理”增设了外卖窗口，建立了便民店，推出便捷实惠的大众化包子；上海的老字号新雅、杏花楼等，推出了可以网购的半成品年夜饭……马年春节年夜饭颇有“平民味儿”，颇显大众化。

从某种程度上讲，这正是我国高端餐饮业发展回归理性的表现。自中央八项规定出台以来，厉行节约、反对浪费成为社会风气所向，公款消费被抑制，商务宴请在减少。为抓住年夜饭市场大众消费需求旺盛的商机，不少高端餐饮企业主动放下身段，走起了平民路线。

随着经济社会的发展进步，越来越多的人已经或正在富裕起来。不过，中低收入群体仍占我国居民的大多数，发展壮大中等收入群体仍是我国发展的重要目标。这一群体人数众多，蕴含着巨大的市场空间。

从“吃面子、吃排场、吃身份”到“吃实惠、吃美味、吃健康”，靠奢侈浪费形成的畸形消费已经难以持续。餐饮企业要实现长远发展，终靠面向大众需求。所以，餐饮业特别是高端餐饮，在加快转型中，应更多开动脑筋，仔细琢磨大众需求，以更加合理的价位、更加合适的菜品，以及创新餐饮服务模式等，努力挖掘大众消费潜力，满足大众消费需求。