在同事们急切或者更加急切的期待中，年味越来越浓了。比你更加着急的是电商：人造了“双11”、“双12”之后，即将迎来中国人最看重的节日。1月12日，天猫率先推出了“年货节”，并打出“我们希望1000万个家庭的年夜饭上都是天猫的酒”这一口号，京东、苏宁易购、本来生活网等电商不甘示弱紧随其后，无疑让这一鏖战增添了更多变数。

今年的年货从哪儿买

本报记者　温济聪

1 个性化差异化营销策略凸显

“以前总是拎着大包小包去挤火车，对于我们女孩子来说，还真是一件体力活儿。现在基本上是网上下单，直接邮寄回老家。”回忆起以往过年回家挤火车的经历，赵筱晗颇有感触。对于在北京工作、老家却在沈阳的她来说，网购年货的优势显而易见。

“网购年货的价格确实便宜，有时候比实体超市要便宜一半以上。购买渠道方便快捷，午饭过后随手刷刷手机，一两天就直接寄到沈阳了。而且，电商年货物品丰富、选择空间较广，还能货比三家。”《经济日报》记者见到赵筱晗时，她正登录京东商城“年货直通车”专区购买年货。

给赵筱晗提供年货“宝贝”的可不只有京东一家。对于网购年货，各大电商抓准商机，抢购促销活动一波接着一波。

在信达证券互联网文化行业分析师方光照看来，往年电商间简单粗暴的“价格战”渐行渐远，行业竞争裂变出个性化以及差异化等发展特征，“套餐式打包推荐”与“年货免费出租活动”等差异化竞争手段表现尤为抢眼。

众所周知，电商平台的年货宣传手段多以打折、包邮、抽奖、优惠券等形式为主，但今年不少电商为了突出差异化，还打出“组合拳”。以垂直电商平台本来生活网为例，今年就推出“最年味”、“最健康”、“最尊享”等套餐式打包系列。“套餐式打包礼盒，将山珍干货、营养有机杂粮、特色腊味等组合搭配，为消费者提供更为省时、省事、精致的年货选择。”本来生活网相关负责人表示。

无独有偶，从本月初开始，苏宁易购就已联合包括食品、酒水、粮油干货等数千家知名品牌商户，联合打造从春节前清洁必备的洗护套餐，到年夜饭必不可少的粮油套餐等，价格优惠，更能省去选购的烦恼。如“清洁全家福套餐”，从清洁巾、纸杯、垃圾袋到洗洁精等厨房用品一应俱全，单品总价为211元，而套餐价只有109元，若减去使用红包支付的10元外，花费只需要99元。

与此同时，各家电商使出浑身解数开展个性化营销竞争。“年货租家电活动是今年京东在年货营销方面推出的5个核心特色板块之一。”京东商城相关负责人告诉记者，无论是新奇电器还是智能电器，在春节期间可以半价租用电器一个月。提交租用申请后，被选中的用户将获得半价购买产品的机会，先租用30天，喜欢自留；若不喜欢，则可随时申请退货，京东将全额返款。

在多家电商角逐北上广深等一线城市用户的同时，淘宝网却把触角伸向了三四线城市。淘宝试用中心集结联合利华、雀巢等11家知名品牌，让三四线城市的消费者提前感受获得年货的欣喜。“消费者无需走出家门，就能收到来自知名品牌的共计百万余份试用品，这些将提供给三四线城市的用户免费试用。”淘宝网一位负责人说。

2 年货攻略：且“抢”且留意

东北榛子、宁夏枸杞、河南黄河大鲤鱼、贵州茅台……采购年货的时候，这些极具品牌效应的特产绝对是上佳之选。开始筹备年货的你，如何淘到物美价廉的“宝贝”呢？疯抢年货之时，又有哪些注意事项呢？

“干货坚果、酒水饮料、新衣服”是年货中传统的“老三样”。《经济日报》记者登录四大电商网站查阅发现，以某干果品牌大礼包套餐为例，天猫和1号店的价格最便宜，为138元，其次是京东的139元，苏宁易购最贵，为145元，而北京地区各大实体店超市的价格在150元至160元不等。

对于年货抢购攻略，连续3年全程参与春节网购的北京市民祁谷浪颇有心得。“想买中原特色生鲜，可以常去优膳房逛逛；宁夏的特产枸杞，百瑞源可谓不二选择；孝顺的儿女可去多边金都网站和菜百黄金网站为辛辛苦苦操劳一年的妈妈选购诚意满满的金银首饰；买新生儿礼盒套装10件套，威尔贝鲁秋冬婴儿用品还蛮不错。”祁谷浪如数家珍般向记者推荐。

“冲动是魔鬼！”这句话不仅适用于资本市场投资领域，也同样适用于疯抢年货的购物达人。“购买年夜饭所用的食物，您可得悠着点儿。”北京大学社会学系教授夏学銮提醒消费者，食品类年货没有必要买得过多。“生鲜类和熟食类食物提前要有采购计划，进行合理搭配。购买生鲜时，要认真辨明保质期限和送货到达时间，确保在春节期间不会变质，不应图价格便宜而因小失大。”

对于服装类年货，祁谷浪认为，给长辈和儿童购买新年礼物时要事先明确大小码数和款式要求，如果条件允许，可在网上先挑选衣服，并到家附近的大型商场或超市“试穿”，然后再通过网络下单。“此外，电商在年底为增加营业额，换季服饰折扣活动会比平时要大很多，春节想送亲友衣服的顾客，可以多加关注换季年货产品。”

中国消费者协会副会长、中国人民大学商法研究所所长刘俊海表示，随着电商年货促销活动的不断升温，消费者会因为感觉价格划算，武断买下自己其实并不需要的质次、价低、服务差的商品，购物成本会变相增加。与此同时，购买年货要选择信誉度高的卖家，建议消费者购买前查阅卖家的客户评价、成交记录以及历史价格，抵制虚假宣传行为，以防上当受骗。

如今，大多数电商都通过支付宝、财付通等第三方支付平台进行交易结算。刘俊海提醒说，消费者一方面应谨防钓鱼网站泄露个人隐私，另一方面尽量在网上下单时切记索要凭证和网页截屏，一旦发生商品纠纷，可作为维权依据。必要时，可及时拨打12315向工商总局或当地工商部门投诉。

3 年味真的会被“宅经济”冲淡吗？

网购年货对年轻一族来说是一种“潇洒”和“解脱”，但对众多老年人来说，买年货热闹喜庆的“仪式感”不见了。

这不，沈阳的邵奶奶刚刚收到了孙女赵筱晗从北京快递过来的电子血压计年货。“收到孙女邮来的年货，高兴是高兴，但总还是觉得缺了点什么。”邵奶奶感慨，她更怀念20多年前带着儿女和小孙女坐上1个多小时公交车赶年货大集时的场景。“买春联鞭炮、买肉买菜，每人都给买件新衣服，热热闹闹的。如今倒是啥都有了，就是没举家一起买年货的那种氛围了。”

年味真的会被“宅经济”冲淡吗？春节是全球华人最重要的节日，从传统意义上来说，买年货是过年的重要组成部分之一。“如今电商大行其道，年味儿确实被‘宅经济’冲淡了不少。”中国民俗学会荣誉会长、国家非物质文化遗产保护工作专家委员会副主任乌丙安告诉记者，年货是亲朋好友间交流真挚情感的重要载体，包含了浓浓的传统文化内涵，传递的是热闹非凡的氛围和浓浓的家乡情。

在过去，年货采购的形式主要是一起赶大集；七八年前，人们更多选择去商场和大型超市办年货；而如今，一家人其乐融融去郊区的集市办年货的场景几乎不见了，去商场超市买年画、剪纸和春联的越来越少了。如今，电商平台为消费者带来了高效和便捷，满足了现代化的消费需求，但稀释了传统年文化中的民俗因子，“高科技”背后留下的却是“遗失的美好”。乌丙安说，正如互联网不可能代替传统科技一样，其乐融融的办年货不可能也不应该被“虚拟”网购取代。

团圆、祥和与热闹是春节时期人们的共同诉求。与电商年货“唱空派”不同，也有不少专家、学者对此持有“谨慎并乐观”的态度。

近几年来，人们消费需求呈现多样化趋势，电商购物丰富和补充了现场实体商店采购的形式。具体到网购年货而言，人们选择的范围在“老三样”基本没有消失的情况下，出现了多种多样的消费品类。“消费者选择年货的面越宽越广，说明经济社会发展水平越高，老百姓的钱袋子越来越鼓，这不是一件坏事。”刘俊海表示。

“民俗是一个民族或社会群体在长期的生产实践和社会活动中，逐渐形成并世代相传、较为稳定的民间文化。它有一个逐渐融入并积累的过程，会随着时间的推移逐渐被强化，代代传承，并融入民族主流价值观的潮流中去。”夏学銮表示，青年人有网络购物的习惯，随着年龄的不断增长和生活阅历的加深，他们会将传统消费习惯与现代消费理念相结合。传统的年味不会因为网购年货的盛行而消失，不必过于担心。

置办年货为中国人提供了一个难得的情感沟通、社会交往的平台，既可增强凝聚力，又可促进群体和谐。“虽然随着互联网等高科技的发展，喜迎春节的形式会不断扩充和创新，但人们对幸福、吉祥的表达与诉求永远不会改变。‘社会狂欢’式的置办年货也会在传统与现代的交融中碰撞出喜人的火花。”夏学銮说。

平心而论

该放走那只借来的羊了

齐　平

自从冲击传说中的5年高点无功而返，A股就再不能安静地做个好牛市了：一会儿是7年来单日最大跌幅，一会儿又是5年来单日最大涨幅——这头“牛”上蹿下跳，不少人从“牛背”上摔下来，伤得不轻。

别管是标榜“价值回归”的大盘蓝筹股，还是号称“挑战无极限”的小盘成长股，资金潮水一退，全都现出原形。震荡市把大家都变成了段子里说的分析师：从行业自上而下看一圈，又从个股自下而上筛一遍，最后默默选了一只底部放量的。说到底，资金是股市的命门，没主力的股票像棵草。

羊年将到，回看这波“杠杆牛市”的启动，常让人想起一个跟羊有关的故事。从前有位老人养了17只羊，临终时嘱咐3个儿子：这些羊既不能卖也不能杀，老大得二分之一，老二得三分之一，老三得九分之一。正在一筹莫展，一位朋友牵只羊来了，说：“把我的羊借给你们一起分吧！”于是，三兄弟各自分了9只、6只和两只羊，朋友牵着自己的羊哼着小曲走了。

在A股市场从熊到牛的转换中，增量资金，包括一些来路不怎么规范的资金，凭借放大的杠杆，就起到了第18只羊的妙用。而当市场渐渐走出僵局时，这只“借来的羊”怎么办，却不像故事里那么简单。因为股市对这只羊的依赖，远远超过了自己的17只羊。要把羊牵走，就像给病弱的孩子断奶一样艰难。

刚说处罚几家有违规两融业务的券商，股市就来了个断崖式下跌，监管部门连夜撇清“并无联手打压股市之意”，股市这才破涕为笑，又撒欢儿地疯起来；再次开展现场业务检查，听到风声股市又就地卧倒，只好小心翼翼有言在先：“属日常监管工作，不宜过分解读”。

这种监管和市场的博弈一再上演，着实让人捏把汗。毕竟不是天下人都有这般耐心，“最喜小儿无赖”。以往A股的任性建立在市场相对封闭的基础上。而现在，外有港交所组织的A股沽空服务有望启动，内有ETF股票期权交易已经获准试点，关起门来自己给自己估值的时候就要过去了。

其实，对比目前国内1.1万亿元的融资融券规模，2000亿至3000亿元伞形信托规模，从检查结果到业内传言，涉及违规的都只是一小部分资金。但如果完全寄望于外力，资金面有个风吹草动，比如人民币汇率连跌几天，比如银行收紧伞形信托，股市就难免心惊肉跳。

靠了“借来的羊”，牛熊切换得以完成，要推动行情向纵深演绎，只有找到更坚实的逻辑。一个为投资者提供稳定回报的市场，一个为企业化解融资难的市场，才是各方备加呵护的好孩子。

正像孩子大了不能总用棒棒糖哄着，是时候给股市认真地讲些故事了，比如深化改革如何推进，比如行业成长如何挖掘，再比如“从前有位老人养了17只羊”，我们如何把小羊养成肥羊……

本刊执行主编　刘　溟
编辑　谢　慧　常艳军
联系邮箱　jjrblm@live.cn