

价稳货足 品质更优

年货消费，今年更红火

本报记者 孔德晨

春节将至，年货消费热了起来，人们纷纷为欢度新春佳节做准备。种类更丰富、定制化精细化的品质产品更受青睐、线上“年货节”办得如火如荼……记者近日走访各大商超发现，今年的年货消费市场，更热闹也更“新鲜”了。

过年不涨价，买得安心

在北京华联生活超市太阳宫店，欢快的过年歌曲声声入耳，烘托得购物气氛年味十足。坐在推车里的孩子怀抱满满一袋砂糖橘，有模有样地帮着妈妈挑选；年轻的情侣手牵手挑选蔬菜，讨论晚饭吃什么；“花生买一赠一”“红颜草莓低价大促”“新鲜的蔬菜来看一看”，超市工作人员热情地推销着……

“这几天来买菜买肉的人很多，草莓、砂糖橘等水果也卖得很好。”超市工作人员一边忙着分拣蔬菜，一边对记者说，“还有不到一周就过年了，家家户户都要备年货。”

一旁的礼品自选专柜，高先生正在工作人员建议下挑选送家人的年礼。“这个扒鸡也好吃，可以装两个。”工作人员说，“这个山楂买的人也很多，还有这个腊肠……”高先生告诉记者，今年打算留在北京过年，买些年礼快递回去，也算是把自己的心意送到家。

山药、土豆、番茄、大白菜……家住附近的赵奶奶和高奶奶的购物车里装得满满当当。“趁着周末，我们老姐妹约着出来逛逛，顺便买点年货。”赵奶奶说，“山药、土豆这些能放得久，就多买了些，价格也不贵，土豆一斤还不到1元钱。”

看超市物价，总体平稳，较平日没有明显变化。“以往快过年时，物价要稍微跳一跳。但感觉今年的菜价肉价没怎么涨，尤其是猪肉价格。”赵奶奶说，“去年春节前猪肉涨价突出，最贵的时候40多元一斤，现在也就20元左右。”经常来超市买菜的李女士告诉记者，最近有些菜的价格甚至降了快一半，从10元左右降到了五六元，尤其是小白菜、黄心菜等。

年前全国农产品价格总体平稳。农业农村部市场与信息化司司长唐珂介绍说，近期柑橘等水果大量上市，苹果、梨等水果库存充裕，水果市场总存量、品种多，价格较为稳定。肉价方面，2021年生猪肉价格从1月份每公斤35.8元回落到12月份的17.59元。蔬菜方面，当前全国蔬菜在田面积8000万亩左右，同比增加200多万亩，预计未来3个月蔬菜供应总量1.7亿吨，同比增加350万吨，加上冬储蔬菜，可供每人每天约3斤菜。

据商务部监测，目前各地生活必需品市场总体供应充足，价格总体平稳，传统年货、优质生鲜、应季服饰、智能家电、鲜花绿植等商品销售旺，老字号餐饮、特色餐饮受欢迎，滑雪、滑冰等冰雪消费热力足，消费市场开局平稳。

线上“年货节”品类多体验新

线上年货消费市场的热闹程度不输线下。近日，商务部会同相关部门共同指导举办为期近一个月的“2022网上年货节”，各大电商平台春节期间不打烊，并针对节日消费特点，推出更多绿色、智能、优质商品以及餐饮套餐、定制年夜饭等。

“产地购”“新鲜产品”“定制好礼”成为年货消费的关键词。打开盒马APP，“上产地购年货，全国年味包邮到家”“购新鲜过新年”等推广语映入眼帘，更注重品质和精细化、定制化产品是目前许多消费者的消费偏好。“我这两天在盒马买了四川的耙耙柑、辽宁丹东的草莓、内蒙古的羔羊肉，品质没的说。人在北京却能坐拥天下美食的感觉太爽了。”今年打算“原地过年”的李何嘉对



▲春节临近，内蒙古自治区呼伦贝尔市扎兰屯市城乡集市年味浓厚。图为市民在扎兰屯市步行街选购糖果。韩颖群摄（人民视觉）

►1月21日，消费者在安徽省淮北市淮海路大润发大型超市卖场区选购年货。周方玲摄（人民视觉）

记者说，“大年三十那天，我打算叫上小姐妹们一起来我家过年，做些好吃的，肯定过得有滋有味。”

不仅限于传统意义上的“衣食”，智能家居、美妆、3C数码、国潮产品、鲜花等也被列入年货采购清单，年货消费“篮子”里的种类更多了。拼多多发布的榜单显示，综合下单、搜索、分享三个数据维度，徐福记零食礼盒、茅台系列酒、智利车厘子、苹果家族产品及SK-II护肤品成为平台开启年货节以来的五大爆款产品。年货节期间，拼多多还开启“多多新国潮”首季消费季，年菜“烹饪助手”美的空气炸锅、格兰仕智能微波炉以及“洗衣神器”立白洗衣凝珠、“国货之光”玉泽修护面膜、鸿星尔克休闲鞋、“百搭年礼”君乐宝纯牛奶等国产年货跻身畅销榜。

盒马上海曹家渡店的工作人员告诉记者，1月份以来，在门店的“盒马花园”陈列区现场挑选绿植盆栽的消费者增加了不少。热销花类中，单株、3株、6株、8株、10株、12株的蝴蝶兰礼盒，价格从49.9元到788元不等。“玫瑰、银柳、洋牡丹、大花惠兰等，都适合过年时摆放到家中。”正在店里选花的张女士说，“像这些银柳福桶，可以放一整年，这几天买菜的时候就可以随手挑几枝带回家。”记者了解到，目前蝴蝶兰占据了鲜花销售种类“C位”，随着基地订单种植和销售模式逐年成熟，以往市场上动辄上千元的多株复色蝴蝶兰，预计今年价格降幅超过30%，百合、澳梅、大花惠兰等“主力军”，价格也同比下降二到四成。

年货这一概念也在悄然改变。为了在蓬勃发展的新消费市场触达更多的年轻消费者，不少品牌将目光转向兴趣电商，以内容打造年货销售新场景。抖音电商最新数据显示，刚刚落下帷幕的抖音好物年货节，直播总时长达3171万小时，直播间累计看播人次424亿，单场成交额破千万的直播间达158个。在热销商品中，不乏3C数码、智能家居等跨品类年货品牌，小米就是其中之一。小米集团中国区电商部直播部总经理陈幕楠认为：“从年轻人的视角看，年货这个概念其实不再是吃吃喝喝，而在于快乐的体验。”

“以往觉得过年在网上买东西虽然方便却没啥气氛，然而今年各大平台都贴上了‘年货节’的标签，随便打开一个购物APP都是促销、做活动，搞得十分红火，年味浓浓的。”李何嘉说，一些平台还引入了礼炮筒薯片等新奇商品，成为过年“氛围组担当”，为年货带来了高流量的社交讨论度。

稳产保供，保障快递时效

消费火热，线上线下如何做到稳产保供，把年货及时送达？

在保障快递运送时效方面，记者了解到，中通、韵达与极兔作为拼多多春节期间的快递特约合作伙伴，将为消费者提供不间断的商品和物流服务。期间，这3家快递承运的包裹如果出现“虚假轨迹”和“揽收后时效”触发赔付消费者的情形，相关费用将由快递公司承担。这一举措有望提升春节消费体验。“春节期间，我们将提升各项资源的利用效率，保障年货物资的有序供应。”拼多多年货节相关负责人表示。

京东有关负责人也表示，春节期间，京东将以丰富的商品、不间断的物流、可靠的技术，为消费者春节消费体验保驾护航。“2022年是京东连续第十年‘春节也送货’，通过‘年货春运’建立起来的商品和情感传递，将让每个消费者不论身在何处都能安心过大年。”

在农产品保供稳价方面，唐珂表示，综合各方面情况看，今年春节和冬奥会、冬残奥会期间，肉蛋奶果菜鱼供应总量充足，完全可以满足城乡居民消费需求。

唐珂介绍，下一阶段要继续稳定生产，分区分类抓好“南菜北运”基地、北方设施蔬菜大省、大中城市等重点地区冬春蔬菜生产，持续抓好畜禽水产养殖，不断提升“菜篮子”产品市场供应能力；畅通流通，积极协调产区和销区构建“点对点”对接关系，确保“菜篮子”产品产得出、运得走、供得上；同时，紧盯应急，紧盯重大节日、重大活动和雨雪冰冻等极端天气等特殊时段，加强生产情况调度和市场动态监测预警。

“春节是中国的传统节日，也是居民消费的旺季。”商务部新闻发言人束珏婷说，“商务部将统筹做好疫情防控 and 消费促进工作，引导商贸流通企业春节期间正常开门营业，督促企业进一步加大货源组织力度，及时补货，切实保障节日市场供应。”束珏婷说，商务部还将会同有关部门向部分省市区投放中央储备牛羊肉，指导各地积极充实地方储备，适时组织冬储菜等生活必需品投放。

提升电动车充电基础设施服务保障能力，到‘十四五’末满足超两千万辆电动车充电需求

本报记者 徐佩玉

2021年，中国新能源汽车产业快速发展，销量达352.1万辆，连续7年居世界首位，市场占有率达到13.4%。电动汽车充电基础设施服务保障能力能否满足需求，引发广泛关注。

国家发改委、国家能源局等十部门近日印发《关于进一步提升电动汽车充电基础设施服务保障能力的实施意见》，明确到“十四五”末，我国电动汽车充电保障能力进一步提升，形成适度超前、布局均衡、智能高效的充电基础设施体系，能够满足超过2000万辆电动汽车充电需求。

如何提升电动汽车充电基础设施服务保障能力？

社区里的充电桩将大幅增加。《实施意见》提出，应完善居住社区充电设施建设推进机制。推进既有居住社区充电设施建设，具备安装条件的居住社区要配建一定比例的公共充电车位，建立充电车位分时共享机制，为用户充电创造条件。严格落实新建居住社区配

建要求。新建居住社区要确保固定车位100%建设充电设施或预留安装条件。创新居住社区充电服务商业模式，鼓励“临近车位共享”“多车一桩”等新模式。

城乡地区充换电保障能力将得到提升。加强县城、乡镇充电网络布局。加快高速公路快充网络有效覆盖，加快制定各省高速公路快充网络分阶段覆盖方案，明确高速公路快充建设标准规范，将快充站纳入高速公路服务区配套设施范围。力争到2025年，国家生态文明试验区、大气污染防治重点区域的高速公路服务区快充站覆盖率不低于80%，其他地区不低于60%。

技术创新为充电助力。《实施意见》提出，推进车网互动技术创新与试点示范，支持电网企业联合车企等产业链上下游打造新能源汽车与智慧能源融合创新平台。积极推进试点示范，探索新能源汽车参与电力现货市场的实施路径，研究完善新能源汽车消费和储能绿色电力的交易和调度机制。探索单位和园区内部充电设施开展“光储充放”一体化试点应用。鼓励推广智能有序充电，逐步提高智能有序充电桩建设比例，鼓励将智能有序充电纳入充电桩和新能源汽车产品功能范围，加快形成行业统一标准。加强充换电技术创新与标准支撑。加快换电模式推广应用。围绕矿场、港口、城市转运等场景，支持建设布局专用换电站，加快车电分离模式探索和推广，促进重型货车和港口内部集卡等领域电动化转型。

此外，还将鼓励地方加大功率充电、车网互动等示范类设施的补贴力度，促进行业转型升级。创新利用专项债券和基金等金融工具，重点支持充电设施以及配套电网建设与改造项目。鼓励各类金融机构通过多种渠道，为充电设施建设提供金融支持。鼓励保险机构开发适合充电设施的保险产品。

商务部研究院学术委员会副主任张建平对本报记者表示，目前电动汽车充电桩建设速度、空间布局等还不能满足新能源汽车销量快速增长的现实需要。提升电动汽车充电基础设施服务保障能力，要做好中长期规划，保证电动汽车充电基础设施建设速度、空间布局合理。此次《实施意见》从多角度提出具体建设意见，有利于提高电动汽车充电基础设施服务保障能力，满足不断增长的电动汽车充电需求。

同比缩短超一小时

重点地区快递时限五十七小时

本报北京电（记者李心萍）国家邮政局近日发布数据显示，2021年全国重点地区快递服务全程时限为57.08小时，同比缩短1.15小时。72小时准时率为77.94%，同比提高0.83个百分点。从月度情况看，除8月、10月和11月时限有一定延长外，其他月份同比均有改善。整体来看，在经历2020年新冠肺炎疫情冲击后，2021年时限水平得到有效恢复。

在全程时限方面，顺丰的时限在48小时以内；时限在48至60小时之间（含48小时）的品牌包括京东快递、中通快递、邮政EMS、韵达速递、圆通速递。

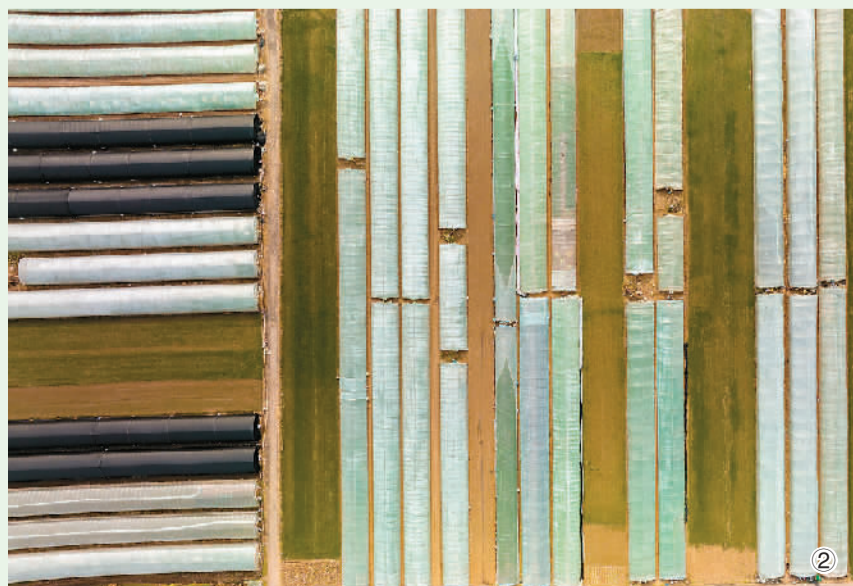
在72小时准时率方面，顺丰的准时率在90%以上；准时率在80%至90%之间（含80%）的品牌为京东快递、中通快递。

分环节来看，除寄达地处理时限有所延长外，其他三个环节时限均有改善。其中，寄出地处理环节平均时限为7.56小时，同比缩短1.22小时；运输环节平均时限为35.54小时，同比缩短0.34小时；寄达地处理环节平均时限为10.77小时，同比延长1.75小时；投递环节平均时限为3.21小时，同比缩短1.34小时。

从不同区域来看，全国寄往东部地区的快件平均时限为53.45小时，同比缩短0.06小时；全国寄往中部地区的快件平均时限为53.79小时，同比缩短4.63小时；全国寄往西部地区的快件平均时限为70.51小时，同比延长1.91小时。中部与东部差距缩小。



小芦蒿 大产业



江苏省宿迁市泗洪县归仁镇江桥居芦蒿种植基地1300亩芦蒿近日进入收获季节。工人们忙着收割、分拣、打包，供应春节市场。图①：1月17日，归仁镇江桥居的芦蒿丰收，志愿者帮助菜农网上直播销售。图②：归仁镇江桥居芦蒿种植基地塑料大棚纵览交错。张连华摄（人民视觉）