

电子新品、春装新款、全球同步的化妆新货，近日在中国市场相继推出——

上新了，买起来！

本报记者 徐佩玉

新款手机，下单！
早春风衣，加进购物车！
戴口罩也要涂上喜欢的
口红，新推出的眼影、眉粉
更不能少！
受疫情影响，许多人隔
离在家。商场不便逛，聚会
也取消，但是“买买买”的
热情没有消退。随着快递企
业相继复工，各大品牌陆续
推出新品，消费需求不减。
专家分析，虽然短期受疫情
影响，消费增速有所下滑，
但从长期看，中国消费潜力
依然强大。

新品丰富多样

——商家发布新品提
振行业信心，消费者足不出
户却购物意愿爆棚

2月12日，淘宝直播推出“云发布会”，
提供5G直播、多人连麦、VR体验等技术，
帮助品牌线上发布新品。

2月13日，小米举办首场“云发布会”，
推出号称期待了10年的“梦幻之作”小米10
手机，也是小米今年的年度最重要旗舰机型。

“以往每年二三月，都是旗舰手机品牌发
布年度旗舰机型的重要时间窗口。但是今年
由于疫情影响，市场调低了对全年智能手机
出货量的预期，预计今年第一季度国内市场
会有所下滑。因此，国内通信企业急需一场
旗舰手机发布会来提振信心。”小米相关负责人
接受本报记者时表示。

多个电子品牌纷纷在2月有了新动作：
三星发布3款Galaxy S20系列旗舰新品以及
新一代折叠屏手机Galaxy Z Flip；华为推出
MateBook 14 2020款，以及手机、平板电脑、
音箱、眼镜、手表等一系列新品。

“我下手晚了！银色的一款华为笔记本已
经没货了，只能再等等。”正在湖北宜昌老家
隔离的小韩，因为担心快递不知道什么时候
能恢复而错过了选购心仪的电脑。

记者调查发现，消费者对新推出的电子
产品热情不减，刚上市不到一周的小米10手
机在天猫旗舰店已经有2.6万人付款，在小红
书上已经出现2万多篇分享帖；华为新品
MateBook 14 2020款在天猫旗舰店月销超



上图：随着产业高速发展，5G通讯、大数据服务器电子元器件呈现爆发式增长。图为四川省遂宁市国家级开发区里，员工在5G通讯、大数据服务器电子元器件生产线上忙碌。

钟 敏 摄（人民视觉）

右图：许多商店闭店不营业，通过直播、社群等网络平台与广大消费者建立联系。图为在山东省临沂市新华书店，员工通过网络直播向读者推荐书籍。

许传宝 摄（人民视觉）

5000台，其它不少机型也月销过万台。

除了电子产品，其他非生活必需品领域的
品牌也纷纷上新。

春装新款，买起来！Maje、COS、
Zara、H&M、太平鸟、icy等服饰品牌在2月
17日前后推出2020年早春新系列。各家网红
服装品牌的上新也未受影响，新品依旧很难
抢到第一批现货，其他在售商品月销也保持
在200至500件。优衣库推出的新系列设计师
合作款，热门款式被抢购一空。“我非常喜欢
优衣库的设计师合作款，每次都会抢几件。
本来以为今年疫情期间上新，应该会没那么
抢手，没想到热门款式还是抢不到，几乎是
秒售罄。”北京市民小白表示。

钟爱的新品，即便暂时拿不到货，也要
先放进购物车！除了新电脑，湖北宜昌小韩
的购物车里还有一堆夏天的衣服和一些小玩
意儿。“虽然宅在家里，但是我的购物欲并没
有因此减退。现在正是各大品牌推出春夏新
品的时候，我往购物车里放了不少夏装。还
看上了一些办公室用品，电热杯垫、收纳小

盒子之类的。想等什么时候能回北京上班了，
我就下单。”

“太平鸟和迪士尼合作推出了米奇联名
新品，我已经下单了一件179.9元的T恤和
一件499.9元的西装外套，希望疫情早日结
束，夏天早点来临！”小白已经迫不及待买
上春夏装。

释放乐观信号

——跨境电商迎来机
遇，国际消费品牌继续看
好中国市场

2月10日，申通、中通快递等企业陆续
恢复服务网络。到2月18日，国家邮政局表
示，快递业已经恢复正常产能四成以上，快
递小哥复工到岗超200万人。

有了快递小哥送货，消费者“买买买”

的热情被点燃。

“节日的礼物要补上。”往年情人节，商
场里人潮涌动，年轻情侣们吃完饭顺便逛个
街，买小礼物相互赠送。今年受疫情影响，
很多情侣分隔两地。“今年春节，我在北京，
男朋友在山东。见不了面，只能用礼物来弥补
遗憾。我在海淘APP上给他买了一双他心仪
很久的鞋子，快递大概用了2周的时间，
终于在情人节前一天送到了，我们都很开心。”
小黄说，因为担心男朋友不会挑礼物，
他们约定好等疫情过去，一起逛街的时候再
补上她的那一份。

线下消费需求转移到线上，跨境电商平
台迎来发展机会。

“待在家这段时间，我在海淘APP上买
了不少东西。一件打折的羽绒服，便宜了
1400元。还买了一双原价3900元的单鞋，
打完折2400元，想着等疫情过去正好也可
以穿了。”小白告诉记者，海淘本身缺点在
于快递周期长，但是现在因为出不了门，
这些非生活必需品自己也并不着急使用，

再加上各大海淘平台纷纷推出促销活动，
对消费的吸引力一下子提高了不少。55海
淘平台发布的2020年消费报告显示，2月
14日当天消费远超预期。尤其是美妆产品
的销售量超过护肤品，尽管隔离在家，消
费者对美妆产品依旧充满热情。

近年来，中国市场成为各大品牌争抢的
目标。2019年，超过50个国际奢侈品品牌
在中国电商平台开设官方旗舰店。虽然疫情
短期内影响了线下实体店的经营，但是众多
品牌仍然对中国市场持乐观态度。拥有古驰
等众多奢侈品牌的开云集团表示，对中国市
场的长期发展充满信心，中国市场有可挖
掘的增长空间。欧莱雅集团日前发布的
2019年财报也释放了乐观信号。欧莱雅方
面认为，经过短期震荡后，中国美妆市场
消费将会有大幅反弹。

消费潜力强劲

——疫情对消费的长
期影响有限，全年中国消
费增量大概率继续保持全
球首位

如何判断疫情对消费的影响？

中国贸促会研究院国际贸易部主任
赵萍接受本报记者采访时表示，疫情抑制了
消费行为，却刺激了消费意愿。未来反弹的
可能性很大，服务消费恢复增长的速度会比
较快，新的消费增长点即将出现。

境外消费转为内需。为防止疫情扩散，
中国文化和旅游部日前下发通知要求各地暂
停旅游企业经营活动。“中国居民巨大的境外
旅游消费将会转为内需。随着国内防控效果
逐步显现，国内购物和餐饮率先恢复正常，
旅游也将逐步恢复，如果有一半的境外旅游
消费回归国内，将会带动社会消费品零售总
额增长1个百分点。”赵萍分析。

促进消费结构变化。赵萍认为，疫情创
造并强化了三大消费需求。一是强化了网民
的网购习惯，增强居民对网络的依赖，疫情
结束后网购增速将进一步提高。二是超市等
实体店迎来新的增长期。“防疫期间，人们大
幅度减少外出就餐，对粮油、生鲜食品等生
活必需品的购买需求激增，实体店再次出现
了排队现象。表明消费者对超市、菜市场等的
刚需仍然非常旺盛。”三是公共卫生产品消
费将成为新的消费增长点。“由于疫情来临，
人们对口罩、防护服、消毒产品的需求呈现
爆发式增长态势。随着卫生意识不断提高，
疫情结束后，人们对公共卫生产品的需求仍
将高于疫情发生之前。”

随着快递复工、商家上新，部分短期
内被抑制的消费开始释放。这一趋势会如
何发展？

商务部研究院流通与消费研究所所长董
超对本报记者表示：“在零售、旅游、餐饮等许
多行业不能正常营业的情况下，实现消费回升
还需要等待一段时期。但从长期看，消费市场
在疫情消失后会有短期反弹，尤其是一些短期
内被抑制的耐用品消费和旅游等服务消费会
得到释放。”

“在疫情持续期间，很多消费需求并没
有消失，只不过消费需求的实现时间出现了跨
期。预计疫情结束后3至6个月，消费将恢复
到正常的增长轨道。”赵萍分析。

“尽管疫情会对今年的消费增速造成一定
影响，但长期看，疫情对消费的总体影响有限。
中国经济发展的基本面不会受疫情因素影响，
人均收入超过1万美元后消费增长的根基不
会动摇，中等收入群体消费升级趋势依然会
延续，2020年在世界主要经济体中消费
增速依然会位居前列，消费增量大概率继
续保持全球首位。”董超表示。

嘉兴南湖推出企业员工返岗新举措——

包飞机包火车，助员工返岗

杨秀娟 许冰洲 高昱雯

2月20日早晨7时55分，搭载着1200多名务
工人员的专列从四川宜宾出发，驶往浙江省嘉
兴市南湖区。不仅是包火车专列，就在2月18日，
同样由南湖区人民政府包机的浙江长龙航空航班，也
为全区40多家重点企业从四川宜宾、云南昭通等
地接回100多名持有“健康证”的员工。

“第一次享受‘包机’回家，真是又激动又
暖心！”来自云南省昭通市盐津县的罗敏率先走
下飞机。

下飞机后，南湖区相关部门一路包车护送员
工到镇上，之前因为已经和各镇、街道及部门提
前进行了报备，所以员工可安全进社区、进厂区、
进宿舍。而上飞机前，宜宾、昭通相关部门
人员也积极帮员工办理了健康通行证，并包了大
巴车把他们安全送至机场。

“公司本月初就复工复产了，我在老家回不
来挺着急的。这下好了，我们第二天就可以上班了，
真的非常感谢政府！”罗敏兴奋地说。罗敏在
嘉兴敏惠汽车零部件有限公司工作了3年，放
在往常，她从老家回南湖区，即使坐飞机加转车
也要两天时间。这次乘坐政府的包机，从家里出
发到目的地，只用了十三四个小时，而且一路费
用全免。

面对疫情防控形势的积极变化，国内大部分

城市纷纷开始复工复产。但是，外地员工如何安



当前，各地农
民在做好疫情防
控工作的同时，抢
抓农时，展
开春耕春管工
作。

图为2月20日，
贵州省兴义市万峰林
街道纳灰村农民在田
间劳作。

新华社记者
杨文斌 摄



初春时节

农事忙