

□王迁

中国人一到了临近过年，便群体性地进入一种近乎癫狂的状态。这是个可以放心大胆吃喝玩乐的时间。在全年剩下两个长假景区到处人山人海的衬托中，春节这个假期就格外与众不同。殊不知，中国人一个春节，便带动了席卷全世界的购物狂潮，“环球同此凉热”成了现实。高速公路免费让千万私家车主成了信马由缰的旅行客，随便走走看看、吃吃喝喝的春节成了当下最时尚的生活方式。在众多中心城市的商业区，一个春节长假便让各大商场卖场赚了个盆满钵满。在这个延续了几千年的中国人最狂欢时刻里，似乎疯狂消费、尽情吃喝成了理所当然的娱乐项目。

在拉动经济的三驾马车中，消费是一股最有“群众基础”、最可持续的力量。长假短短一周有余，世界同为此癫狂。美国华人疯狂购物、伦敦奢侈品中国人排队购买。看国内，三亚免税购物游重现“计划供应”时代的情景，购物者一到，便如秋风落叶一般，无论什么商品，货架一律清光光。重点城市、景区的家庭出游更是让国内的商家不敢怠慢。正常营业不说，更是加强人力全面警戒迎接新年购物大考，在春节这股含金量最高的“24K”黄金周里，大家都想考一个好成绩。折扣、返利、赠券……商家尽各种手段之能事。虽说如此，但遇上中国人憋足了劲要过年这件事，各商家还是后悔准备不足。从大年初二开始，疯狂的购物大军瞬间就将各大城市的商场填满。

在省城，银座商城、恒隆广场、贵和购物中心、华联嘉华等大商场，长假里不住地人头攒动中，收银台是最忙的。拿了压岁钱的孩子要购买新玩意，一家人要团圆地看个贺岁片，再美美地吃上一顿。在年味越来越淡的今天，似乎全家一起购物、聚餐才是过年的最佳方式。

重点城市的商家不必说，在济南，据商家有关负责人介绍，外地车辆构成的购物大军支撑了近一半的消费。旅游探亲，购物一日游，省城周边城市的购物者让商场、卖场、餐饮机构高负荷运转中。在泉城路核心商圈，恒隆广场、贵和购物中心两大地标式建筑指引着外地来客购物的方向。银座商城、华联商厦等商场在本来大量的春节固定客流基础上，一下子增加了近一倍的外地客流。商场处于长时间人流饱和状态。

蛇年的春节，让憋了一年的中国人释放了一把消费激情。即使是一年最省吃俭用的客官们，也不会在这个太值得庆祝的时间里对自己吝啬。荷包轻易地打开合上再打开，加满一箱油，玩到哪里、购到哪里、吃到哪里。中国人是一群最懂得何时花钱，又怎么花钱，给谁花钱的人。

不过，静静想来，年节疯狂的背后，依然折射出一些问题。消费是否过度释放，年节经济能否成为一种商业补充模式长期存在下去。受到制度影响、天气影响、交通影响等因素，如今年的购物狂潮是否还会出现，我们拭目以待。

消费，
是一门艺术
消费，
是一种态度

微声态>>

@齐鲁晚报都市消费
山东，济南

五花八门各色消费
物语、败家宣言、生活
感悟持续搜罗中……

(以上言论来源于网
络，不代表本刊观点)

@鲁网

【济南历下新增500余个停车位
缓解春节期间停车难】新增
车位包括红尚坊地下停车
场374个停车位、泰府广场地下
停车场66个停车位、世贸工地
北侧停车场60个停车位。到恒
隆广场、泉城广场、泉城路周边
购物、游玩的驾驶员可选择将
车停放在舜井片区工地。

@罗瑶瑜

【情人节遇上春节 春节7天
南京市居民花了75.1亿元】刚

刚过去的春节长假，市民逛街
购物的热情增加，与情人节双
节相逢，更为消费市场加了一
把火。2月15日，南京市商务局
发布了春节长假的消费盘点，
春节7天，全市城乡居民消费
达到了75.1亿元，和去年春节
相比，同比增长了17.6%。

@福州微博门户

【榕白领晒过年账单 从“月
光族”变成“年光族”】这几天，
很多年轻人见面不是问候新
年好，而是“今年过年花了多
少”。不少人春节期间的开销

达上万元，有些人甚至因此从
“月光族”变成“年光族”，很多
人感慨：春节变“春劫”。据调
查，花销主要集中在路费、购
物、聚餐娱乐、红包开销等。

@葛文耀

春节国民国外扫货，世界
奢侈品协会忙着公布国人在
境外节节上升的消费金额，有
记者呼吁降低关税。现在一年
去国外旅游八九千万人，也应
考虑其购物需求。我建议像改
革开放初期，出国一次可在国
内免税商店买一大件，现在可

给一次数百或数千美元免税
额度，可累积，在国内免税商
店购买，这样也方便游客。

@光影实验室LAB

【春节长假结束了，节日综合
症来了…】1、上班恐惧症；2、
睡眠不足甚至失眠；3、身体困
乏；4、网络综合症；5、旅游后
遗症；6、节后忧郁症；7、消化
不良甚至厌食；8、其它一些
“节日病”所留后遗症；9、疯狂
购物。预防：饮食要有度，忌暴
饮暴食。规律生活，保证睡眠。
锻炼身体，收住游乐之心。



□张开平

空气净化器卖火了

近日，记者走访苏宁、国美、三联商社等各大
家电卖场时发现，平时较为冷清的空气净化器专区，
有众多消费者前来咨询了解并购买。

济南苏宁市场部人员告诉记者，雾霾天气造成
空气净化器在全国范围内出现热销，自去年12月以
来空气净化器的销量出现了成倍的增长，某些热门
型号甚至出现过断货的情况。此外，国美、三联商社
家电卖场的销售人员均表示最近空气净化器销量
很好，尤其价格在3000元左右的产品销量非常好。

据卖场销售人员介绍，根据净化面积的大小及
性能，空气净化器产品的价格从几百元到几千元不

等，而价格在2000元至3000元的最为畅销。在卖场
咨询一款价格近5000元某品牌空气净化器的吴先生
表示，“虽然贵点，但是家里有老人和小孩，身体较弱
最感呼吸难受，买个能安心。”

据中怡康市场研究机构数据显示，2011年至
2012年前三季度，空气净化器零售量同比增长率均在
11%以上。预计2011-2015年，我国空气净化器产业
将保持30%的高速增长。目前我国空气净化器的普及
率不足0.1%，而发展相对成熟的日本，空气净化
器普及率已高达34.7%，我国家庭保有量提升
空间巨大。

空调也能除PM2.5

除了销售火爆的空气净化器，有些空调也具
备了去除PM2.5、净化空气的功能，成为市场关注的
热点话题。记者了解到，海尔、海信、东高等品牌空
调，在空气净化功能上分别实现突破，不但能够给
室内提供清新的空气，还能有效过滤PM2.5的微小
颗粒污染物。

海尔空调相关负责人告诉记者，海尔从推出
行业首款除PM2.5空调到推出具备除PM2.5功能的空
调，一直引领着空调行业健康技术的升级，并推出
了空调由“温度调节”向“空气质量调节”转型的概
念。而且除PM2.5功能与制冷制热功能相互独立运
行，不开启空调制冷制热功能，送风即可去除
PM2.5。

反观海信空调最近推出的“苹果派A8”PM2.5
空调，也获得了市场的关注，不少消费者在海信空
调专柜进行咨询。这款空调采用了环境粉尘检测
技术，在空调开机后自动开启，智能检测室内空
气中的颗粒污染物浓度，通过红、黄、绿三色空气
指示灯的变换，实时反应空气质量。从而随时提醒
需求开启空调的净化功能。”海信空调销售人员如
此介绍。

业内人士表示，目前全国各地都已开始逐步
公布PM2.5数据，公众健康呼声不绝于耳，这标志着
人们对PM2.5的关注度在不断提升，能够去除PM2.5
功能的空调产品无疑将成为市场关注的焦点，可能
会迎来新一轮的商机。

近几天，全城此起彼伏的“开门红”又让泉
城济南的PM2.5受到刺激高涨。与雾霾天气相比，
由空气污染催生的小家电市场却十分红火，春
节期间市场上的空气净化产品大卖，部分产品
甚至出现了脱销断货，去除PM2.5的空调产品
也成为人们争相讨论的热点话题，“雾霾经济”
带来了一轮新的商机。

家电迎来
雾霾经济
新商机

●相关链接

空气净化器选购六要点

由于需求激增，市场中出现了各种各样的空
气净化产品，在功能上主要分为过滤粉尘、清除有
害气体、杀灭病菌病毒等。然而空气净化是一种
“看不见摸不着”的技术，这也造成了消费者在选
购时的困惑。专家表示，消费者应从如下六点考虑
选购：

一、材料。好的过滤材料(如HEPA高密度滤材)

吸附0.3微米以上污染物的能力高达99.9%以上。

二、净化效率。房间较大，应选择单位净化风

量大的空气净化器，例如15平方米的房间应选择

单位净化风量为每小时12立方米的空气净化器。

三、使用寿命。随着净化过滤量趋于饱和，净

化器的吸附能力将下降，所以消费者应选择具有

再生功能的净化过滤层，以延长其寿命。

四、房间格局。空气净化器的进出风口有360

度环吸设计的，也有单向进出风的，前者产品在摆

放上不受房间格局限制，则可选择环吸进出风设

计的产品。

五、需求。根据想要净化的污染物种类选择具

有空气净化、HEPA过滤、负离子、杀菌、病毒有

很强的净化功能，催化活性炭对异味、有害气体净

化效果较快。

六、售后服务。净化过滤层失效后需到厂家更

换，所以应选择售后服务完善的企业产品。