

# 舍弃高档国际大牌 感冒药牙刷统统带回家 游客为何海外爆买这些商品

春节长假，600万出境过年的中国游客“刷出”境外消费900亿元人民币的新纪录。如果还“爆买”动辄数万元的奢侈品、上千元的智能马桶盖、电饭煲等高端耐用品，那就OUT了。记者采访发现，这个春节，儿童感冒药、卫生巾、丝袜、安全套、指甲钳、保温杯、电动牙刷、钢笔等一大批低价日用品纷纷登上“热卖榜单”。不是国内稀有、不是高科技含量、不是高档国际名牌，中国游客为什么千里迢迢抢购这些商品？

### 中国游客海外“爆买清单”里的供给侧

2016年春节  
600万出境过年的中国游客“刷出”境外消费900亿元人民币的新纪录  
各国高居榜单前列的商品

日本	韩国	美国	欧洲
<ul style="list-style-type: none"> <li>冈本安全套</li> <li>花王卫生巾</li> <li>SUWADA指甲钳</li> <li>Thermos保温杯</li> <li>感冒糖浆、龙角散等各类药品</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>红(吕)染烫修护洗发水</li> <li>贵爱娘中草药卫生巾</li> <li>袋装方便面</li> <li>蜂蜜黄油杏仁</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>本土知名化妆品</li> <li>本土知名保健品</li> <li>本土知名服装</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>凌美钢笔</li> <li>双立人、博克锈钢刀</li> <li>飞利浦电动牙刷</li> <li>马卡龙钥匙扣</li> </ul>

中国游客购物看中的是什么？  
质量、价格、诚信

专家认为：让消费者“回流”国内市场，需要从供给侧方面下功夫。一方面，国内产能过剩但有效供给不足，难以应对正在升级的消费市场；另一方面，高企的国内价格也抑制了消费者的购买欲。

## 现场

### 抢购堪比春运 日用品成“尖货”

“免税店里挤得水泄不通，感觉到了韩国购物就跟不要钱似的。”大阪阿倍野HARUKAS近铁本店，好多中国游客疯抢化妆品和情人节巧克力。“夏威夷免税店和大商店堪比国内春运火车站，密密麻麻都是人，取货处排队排到没脾气。”

汇总境外游客“抢购清单”，记者发现，春节期间各国高居榜单前列的商品如下：日本——冈本安全套、花王卫生巾、SUWADA指甲钳、Thermos保温杯以及感冒糖浆、龙角散等各类药品；韩国——红(吕)染烫修护洗发水、贵爱娘中草药卫生巾、袋装方便面、蜂蜜黄油杏仁；美国——倩碧、贝玲妃等美国本土知名化妆品，健安喜、普丽普莱等保健品，以及A & F、Tommy、CK等服装；欧洲——凌美钢笔，双立人、博克锈钢刀，飞利浦电动牙刷，马卡龙钥匙扣等。

据日本一家免税店工作人员介绍，2015年，海淘热销产品集中在电饭煲、智能马桶盖、空气净化器、电动剃须刀、保温杯、美颜器、化妆品、食品、药品等相对平民化的商品销量出现暴涨。

以日本为例，高岛屋大阪店创出免税品销售额同比增至2.6倍的纪录。该店相关负责人告诉记者，过去，一个中国游客能购买五六个高档电饭煲、两三个马桶盖，卖到断货也是常有的。但今年春节，明显拉动销售的是护肤品、彩妆、安全套、卫生巾、保温杯等低价日用品消费。

此外，赴韩国旅游的中国“剁手党”们也开始将目光瞄准质优、价廉的日用消费品。在首尔担任兼职导游的梨花女子大学留学生王楠告诉记者，除化妆品、护肤品、洗发液等快消日用品依然抢手外，零食、文具也逐渐成为“尖货”。“袋装方便面和蜂蜜黄油杏仁是最近赴韩中国游客必买‘伴手礼’。”

## 调查

### 游客购物最看重质量价格诚信

事实上，去年以来，人民币出现贬值，在日本、美国等地购物“性价比”有所下降。但即便如此，中国游客的购物热情丝毫没有减弱，他们看重的是质量、价格和诚信。

一位资深驴友在自由行服务平台蚂蜂窝上分享道：“15年前，亲戚从日本带回一个指甲刀，至今依旧是家里最好用的一把。同样是100克左右的钢铁生产出来的产品，日本的保守估计能创造20年的使用价值，而国产的却等不到2年就成了待回收的废品。”

有品位的包装设计也“俘获”了很多消费者。在日本东京“松本清药妆店”一次入手20盒感冒药的上海妈妈何静告诉记者，对比日本感冒药与国产感冒药，二者在成分原料上差别并不大，但“日本感冒药的口感明显好很多，且有专门针对小孩的十几种不同口味，包装精致、设计也非常可爱，哄孩子吃药省力多了。”

人福医药集团股份有限公司董事长王学海坦言，“中国消费者到日本买感冒药是中国制药企业的耻辱”。

## 反思

### 消费者“回流”更需供给侧改革

上海社科院社会学研究所研究员卢汉龙表示，从海外“爆买清单”我们看到的是被压抑的消费需求，以及消费者对国货的信心不足。一位浙江玩具出口商说，即便同是“中国制造”，产品质量也可能相差迥异，因为大多数出口商品的检验标准都比国内严格。

专家认为，让消费者“回流”国内市场，需要从供给侧方面下功夫。一方面，国内产能过剩但有效供给不足，难以应对正在升级的消费市场。例如，与日、德文具遭“疯抢”形成鲜明对比的是，目前，我国普通文具依然产能过剩、积压严重。尽管部分文具行业领先企业开始将制造优势与创意价值进行整合，但在制造技术、工艺设计、产品开发等方面与国外产品依然有不小的差距。

另一方面，高企的国内价格也抑制了消费者的购买欲。财富品质

事实上，很多日本药的原材料都是从中国进口，但国民仍赶到日本“抢药”，这说明在产品品质、附加值、消费体验方面，中国药企还有很大差距。

在美国工作近7年的上海人梁慧，每年都要往返美国与国内三四次，但每次回国她依然还是一如既往地携带大包小包。梁慧说：“我在美国带回来的基本都是价廉物美的日用品。一条质地手感都很好的浴巾，在美国沃尔玛标价折合人民币只要40元，赶上打折，只要25元就能买下来。我比较过，中国商场里品质还没这么好的浴巾起码要70多元。还有，整整一打牙膏，美国只要12元，而国内一支就要9块钱。”

上海白领王帆每年都会飞往韩国“狂扫”面膜和气垫BB霜。她说：“不是国内没有好面膜，而是知名品牌假货太多。同样是丽得姿的针剂面膜，即便是国内专柜的出货也会偶尔引发过敏。但自己从韩国带回来的正品却从未有类似症状的出现。打飞的囤货主要为了买得放心。”

研究院院长周婷认为，加强消费领域供给侧改革，应提升品质监管和技术水平，同时尽可能减免企业税费，降低终端售价。

浙江省义乌市圣诞用品行业协会秘书长陈金林表示，传统的“中国制造”不能再仅仅依靠低廉的价格取胜，而需要转向重视知识产权、创新设计和品牌建设。例如，海关数据显示，我国圣诞订单年出口额已多年超过70亿美元，成为世界最大的圣诞用品制造地。但风光的数据背后，仿冒与同质化倾向严重，品牌缺乏竞争力。“一件出口报价2美元的圣诞服饰，到了美国亚马逊却要卖20多美元，没有品牌就没有议价能力。”

“中国游客海外‘购物清单’透露出消费者追求更高生活品质的要求，凸显供给侧改革的迫切性和‘路线图’。”交通银行研究中心高级宏观研究员刘学智表示。据新华社

## 时间设为1970年 苹果手机变“砖头”？

官方承认“1970变砖”漏洞

“如果把你的iPhone时间设定为1970年1月1日，手机就可能变成一块‘砖头’”，近日网上流传这样的说法，于是有不少好奇的“果粉”手痒一试，瞬间悲剧了。昨天，苹果官方回应，确实存在“1970变砖”漏洞，将推出系统更新以解决这一问题。

“1970变砖”漏洞，是指将苹果设备的系统日期设置为1970年1月1日，然后关机再开机，设备就有可能无法启动，变成一块“砖头”，直到电池电量耗尽。据了解，所有系统版本为iOS8.0至iOS9.3beta3，并且搭载64位处理器的苹果设备，都会触发这个漏洞，而32位处理器设备则没有受到影响。

苹果官方在美国时间2月15日回应，承认手动将iOS设备的日期设置到1970年5月或之前时间，iOS设备将无法重启，并表示即将发布一个系统更新以解决这一问题。对于产生漏洞的原因，苹果方面并未解释，不过各路技术人员分析称，最合乎逻辑的原因是与时区有关。iOS设备是利用二进制来存储时间，时间起点是世界标准时间1970年1月1

日0点0分0秒，即UTC时间。如果在北京将iPhone时间设置为1970年1月1日0点0分0秒，UTC时间是1969年12月31日16时0分0秒，就出现了时间负值，从而引起设备崩溃。

苹果同时建议，受到该问题影响的任何用户都可联系苹果技术支持以寻求帮助。苹果方面承认了“1970”变砖漏洞后，立即引来了不少“好奇党”。2月16日晚上，在微博上，记者就看到一个名为“洛克菲勒2”的网友自述，自己因为好奇心太强，更改了时间，发现手机真的开不了了，用了各种办法都无效，一直到放置24小时后才能重新开机。还有不少网友开玩笑，可以去苹果专卖店拿样机试试手。

如果真是好奇触发了“1970”变砖漏洞，该如何解决？根据记者整理的用户分享，除了寻求苹果售后支持外，民间方法有两种。一种方式是拆机、卸电池，切断iOS设备电源，放置10分钟后重新连接电源；另一种是在设备电量充足的情况下，等待数小时，待系统把时间的负值跑完，即可恢复正常。

据《北京晚报》

## 两鹅“吻别”爆红网络 众网友纷纷续写结局

鹅主人：已经被吃了



在摩托车下，两只鹅嘴对嘴，被网友解读为是在“亲吻”。有网友表示，看完这两只“爱情鹅”，泪奔了，并点评称“再次相见，已是来生。”此后，这张照片便在情人节期间迅速在网上发酵，引起广泛传播，网友们脑洞大开，并延伸出多个版本的结局。其中流传最广的版本是，装载鹅的摩托车出了故障，最终两只鹅幸福地在一起了，并孵出了很多小鹅。

南京大学新闻学院胡翼青教授分析称，是互联网又一次将网友的创作热情给彻底地激发出来，网友们接二连三的创意，让原本一张图片变得有趣起来。人们相信这是两只鹅之间的爱情，之所以大家热烈地参与讨论，主要还是这张对比鲜明的图唤起了大家心中关于爱情的共鸣。

2月16日晚，记者联系到了“爱情鹅”的主人——广东梅州的邓小姐。邓小姐说，这两只鹅是父母养的，有一年多了，可谓青梅竹马。春节期间家人把母鹅绑起来，要送到亲戚家。没想到公鹅伸长了脖子，试图解开母鹅身上的绳子，动作也十分亲昵……这一幕让邓小姐及家人于心不忍，“可是亲戚家催得紧，定好了要母鹅。”最终，母鹅被送走宰食，公鹅也因多次被家中狗咬伤而被宰杀吃了。邓小姐也表示，希望网友们能够理解，自家养的草鹅，被宰食是一种归宿。据《现代快报》

“这一吻，从此生离死别！”从2月14日那天开始，这两只在“别离”前亲吻的大鹅，就刷屏朋友圈，成为新年第一对“网红”。网友们还脑洞大开，编写出两只鹅的各种后续故事。那么，这张照片究竟是谁拍摄的？为什么会引发全民关注？这两只鹅现在还好吗？

这张照片到底是谁拍的，从多位网友和媒体大V的图片转发来源看首发是微博网友@深圳李宽。2月14日，@深圳李宽在微博上发了两只鹅“亲吻”的图片，并配文：与君吻别，相送到村口，夕阳长身影，自此各天涯！短短两天，该微博被转发了1.8万次。@深圳李宽表示这张照片并非他拍摄，是转发朋友的。当时觉得这张照片很符合情人节的意境，便发布了在微博上。

这张照片中，一只母鹅被放在一辆粤牌的摩托车上，一只公鹅站