要机关厂矿员工半月的工资。  
　　“那时大家肚子里都缺油水，年夜饭没有三四道荤菜是不行的。大菜一般是一大海碗烩土膘和干贝煮干丝、雪里蕻烧野鸭、清炖母鸡、红烧鱼之类。其间，穿插几道拔丝苹果、糖莲子等孩子们爱吃的甜菜甜汤。”黄凤莲说。  
　　90年代，居民年夜饭渐渐丰盛，已有居民在餐馆订餐。  
　　家住北京丰台的李尚明来自河南濮阳，90年代就来首都发展。“在北京过年，年货倒不缺，就是年夜饭不好整治。若是照平日那样烹个三菜一汤，觉得不像过年。但若是摆上好几个碟子、弄几样大件，全家就得吃上好几天的剩菜。”为了调剂一下，有几年，李尚明全家决定上餐馆吃去。吃完就走人，倒也落得个清净。  
　　近5年来，订餐、外卖成为年夜饭的一个重要选项，在食材、品味、就餐方式上也有了新的特点。  
　　相较于以前掏20元都觉得肉疼，现在人们也愿意为几千元的晚餐埋单。即使如此，一些老牌饭店的年夜饭依然“一桌难求”。  
　　在这样的形势下，一些饭店推出的三四百元的特色熟食套餐、半成品套餐的销量逐年提升。这些年夜饭半成品大多可根据用餐人数提供多种荤、素、冷、热搭配，价格从100至2000元不等。除此以外，厨师上门服务制作年夜饭、私人订制年夜饭等年夜饭新玩法也受到越来越多年轻人的认可。  
　　虽然老年人、年轻人有不同口味和要求，但追求健康、崇尚绿色的餐饮理念十分一致。中国烹饪协会相关负责人表示，“饭店在年夜饭的菜单上，也呈现新的特点：如肉类菜品大幅减少，时令蔬菜品种增多；烈性酒消费量减少，葡萄酒、汽酒类饮料增多； ‘浓油赤酱’菜品减少，低盐低油菜品增多。”  
　　  
　　从围炉看春晚到举家看电影  
　　我们这样合家欢  
　　饶曙光  
　　“合家欢”无疑是春节的核心要义。与阖家聚餐相应的，举家观影已逐渐成为与年夜饭、逛庙会等传统习俗并驾齐驱的新年俗。如今，春节已经成为中国电影最吸金的超级档期。  
　　1983年，中央电视台首次推出春节联欢晚会，一家人吃完饺子围在电视机前看春晚成为新年俗。而此时，由于市场结构不完善等因素，在人们的春节文化生活中，电影几乎消失了，绝没有像现在这样占据文化消费的主流地位。  
　　90年代中期，中国电影市场逐渐转型，贺岁片、贺岁档应运而生，催生了贺岁片的代名词“冯氏（冯小刚）喜剧”，但春节档依旧处于真空状态。  
　　2003年中国电影全面改革迈入产业化时代，档期概念渐趋形成和完善：2008年由《长江七号》和《大灌篮》带动春节票房首次破亿；2010年，《阿凡达》单片春节票房过亿。但2012年以前，市场还很少有针对春节而定制的影片。  
　　2013年《西游降魔篇》爆发。此后国产电影在春节档大放异彩。《西游记之大闹天宫》《美人鱼》等影片屡屡刷新票房指标，并且给人们带来过去没有的新春快乐和享受；春节档本身则在2016年和2017年实现了彻底的颠覆性变化和结构性突破。  
　　从2008年到2017年10年间，春节档电影屡创奇迹，票房突破33亿元，观影人次则翻了20倍。与此同时，随着春节期间人口由特大城市向三四线城市流动，更是刺激产生了“去中心化”的全民观影热潮。  
　　春节档的跨越式成长和发展，除了影院终端下沉、电影品质提升、观众氛围培育等内部原因外，广大人民群众消费习惯的改变也极为重要。  
　　2018年春节档，五部已具品牌效应且类型风格各异的影片“逐鹿中原”，迎合全民观影的不同需求，这样的同台竞技无疑值得期待。  
　　（作者为中国电影家协会秘书长）    
　　  
　　从长途公交到共享汽车  
　　我们这样访亲友  
　　本报记者  祝大伟  
　　“有钱没钱回家过年。”对大多数国人而言，春节前的奔波总是过年记忆中逃不开的情节。这一路的艰辛也把车与年的记忆紧紧地联系起来。  
　　“当时家人觉得汽车会普及，学个汽车制造，专业前景应该不错。”陈海宗说，20多年前，刚走进大学校门时，汽车已经渐渐进入寻常百姓家。  
　　如今，46岁的陈海宗已经是一汽集团一个子公司的中层。眼下汽车爆炸式的增长，还是让他多少有些始料未及。  
　　80年代初，陈海宗七八岁时，留下了对小汽车最早的记忆。“当时赶着回姥姥家过年，却错过了最后一班汽车。一家人站在寒风中焦急等待时，幸好拦到一辆吉普的‘顺风车’。尽管这辆吉普四处漏风，但比起班车也舒服不少。这是第一次近距离感受小汽车。”  
　　在陈海宗看来，当年，小汽车并不是普通大众能享受的交通工具，市场并不能提供有效供给。  
　　2000年前后，汽车开始普及，陈海宗有了自己的车。腊月二十九或是大年三十，陈海宗从长春驱车800多公里回到河北老家。  
　　“那时候南方摩托车骑行大军让人很震撼。抢手的火车票让人印象深刻。”至今，陈海宗对回家过年的辛苦经历历历在目。  
　　第一次开私家车回老家过年，陈海宗既兴奋又疲惫。“长途开车累，但有了舒服的专属空间，还是让人特别兴奋。更重要的是，当时路上并没有太多的车，汽车畅通便捷的优点非常明显。”  
　　到了2010年，汽车仿佛开始了爆炸性的增长。陈海宗分析说，这时，汽车已经慢慢从身份和地位的象征变为代步工具。  
　　尽管人车关系逐渐变化，但春节前两三个月，汽车销售高峰的特点却丝毫没有减弱。  
　　“虽然‘五一’‘十一’前后的销售热潮正在变得不明显，但春节前夕依然是销售热季。越是大众化的汽车，就越是如此。”陈海宗说，这也能看出春节在普通老百姓心中的特殊地位、汽车和春节的特殊关系。  
　　近两年，陈海宗不再开车回老家了。“逢年过节，高速路都能变停车场。”网约车、汽车租赁、共享汽车等新模式，给春节回家的人们提供了更多元的选择。  
　　春节回家，人们更愿意选择高铁、飞机等方式，再通过汽车来解决出行“最后一公里”的问题。  
　　汽车消费正在从拥有性消费向支配性消费转变。  
　　这意味着，人们对用车更加挑剔，已经从最初的品牌、性能等简单标准，扩展到内部设施的智能网联、外观造型等功能性和感官性考量。  
　　  
　　从农贸商品交流到地方文化展台  
　　我们这样逛庙会  
　　牛幸佳  王  珏  
　　逛庙会早已成为现代春节的热门活动。改革开放40年来，庙会在继承传统的物资交流和文化娱乐的基础上，还逐渐向促进社区和谐、丰富城市文化等功能转变。  
　　上世纪70年代末80年代初，庙会逐渐从过去封建迷信的概念中解脱出来。“那个时候每逢庙会举办，我总会叫上街坊乡邻。大家一起看大戏、逛摊位。一路上说说笑笑，高兴得不得了。”河南省巩义市矿区居民薛喜凤回忆。  
　　90年代，随着改革开放的不断深入，庙会的经济功能得到加强，逐渐成为从事商品交流和物资贸易的场所。“80年代的庙会主要以出售各色小吃、衣服以及民间工艺品的小型摊位为主，基本属于个人行为。而到了90年代，庙会上的小型摊位已经摇身变为从事城乡农贸商品交流的大型场所。”中央民族大学民俗学教授林继富说。  
　　21世纪以来，庙会还承担了弘扬地方认同感的功能。春节期间，庙会成为某一区域内的“全民性活动”。  
　　“逛庙会是我们家春节的必备项目。庙会上，人头攒动，摩肩接踵，说着方言，很有归属感。”山东省泰安市泰山区居民杨京说，以前春节只是在家看电视，玩游戏，年味儿越来越淡。外出逛庙会，为亲朋好友间的紧密交流提供了舞台。  
　　2018年，北京市推出地坛庙会、朝阳国际风情节、通州运河文化庙会等十大庙会。北京市文化局副局长庞微说，将采用政府购买和“互联网+文化”的方式，向首都市民发放30万张春节庙会门票。  
　　  
　　图片说明：  
　　置年货左图：如今年货供应充足，图为一位市民带着孩子悠闲地在超市选购商品。  
　　资料图片    
　　置年货右图：1987年春节前夕，北京街头出现了各种临时售货摊位，方便群众置办年货，受到大家欢迎。  
　　黄景达摄    
　　走世界左图：2000年春节前夕，黄山景区推出看雪特色旅游。图为游人在西海景区远眺。  
　　鲁迅承摄    
　　走世界右图：如今，春节长假出境旅游成为流行。  
　　资料图片    
　　享佳肴左图：沈阳一酒店春节期间推出“出租”厨师的服务，让当地居民足不出户享受“星级大厨”手艺。  
　　资料图片    
　　享佳肴右图：上世纪80年代，年夜饭必须要有几道有油水的大菜。图为1982年，北京一家人的团圆饭。  
　　资料图片    
　　逛庙会左图：如今的庙会活动，不仅要好看，更要有参与感。图为参加舞狮表演的孩子们。  
　　资料图片    
　　逛庙会右图：1989年地坛庙会新增“童子庙会”。图为小朋友与表演“真假猪八戒”的“猪八戒”在一起。  
　　孟仁泉摄    
　　访亲友左图：2003年北京春节汽车文化庙会别开生面，每天来此看车、买车的人络绎不绝。图为一购车人在朋友的陪伴下试驾新车。  
　　赖仁琼摄    
　　访亲友右图：春节驾车走亲访友，享受汽车带来的便利。  
　　资料图片    
　　合家欢左图：电视机在上世纪七八十年代还是稀罕物。1980年，辽宁北镇县富屯公社龙岗子大队粮、果丰收，全大队10余户买了电视机。  
　　李铁成摄    
　　合家欢右图：春节看电影成为新年俗。2018年，《唐人街探案2》等5部风格各异的电影逐鹿春节档，值得期待。  
　　资料图片    
　　  
　　本版制图：蔡华伟  
　　四十年真情不变（假日云）  
　　伴随着改革开放40年的脚步，在我们眼中最盛大隆重最具有传统意味的春节，也带来了很多“升级换代”的欣喜。  
　　办年货——不仅有现买现吃的家门口超市，鼠标轻点间，“世界卖场”近在眼前；吃年夜饭——除了自己动手DIY，预订饭店、快递上门也不是什么新鲜事儿；挂彩灯贴春联逛庙会……司空见惯的传统年俗中增添了很多与现代气息相连的新鲜味道。而文化旅游、贺岁观影、视频拜年……不断涌现的新年俗，又添加了享受节日的新方式。  
　　当我们的物质生活实现了365天天天像过年，当我们在过节时不再为“囤年货”“添新衣”而奔波，我们才真正可以放松心情去体味春节文化的“内核”。  
　　过年，是走出过去进入未来的门槛，生发着对生活的憧憬和现实的理想。几千年来，人们把心中的祝福融入这一时刻，让春节成为厚重历史与亿万人情感的聚合，拥有了深沉的文化底蕴。在回家的路上，在一项项年俗仪式中，一代一代的我们体验并传承着民族文化的真谛。虽然岁月流逝间，经济在发展、文化更多彩、科技在飞跃、社会心理有变迁，过年的表达方式也在习俗的演变中被赋予了更多新时代的特色，但传承千年的家国情怀、亲情与乡情却始终如一。年味，是具体的物质形式所营造的氛围，也是民族传统文化的象征与符码。  
　　（孟  扬）    
　　  
　　从美食新衣到“高精尖”潮品  
　　我们这样置年货  
　　本报记者  林丽鹂  
　　改革开放40年，年货的内涵不断扩展，采买的方式不断变化。消费升级的路径、人民生活水平的提高清晰可见。  
　　上世纪80年代，百姓生活比六七十年代已有所改善，但几斤好肉，几件新衣就是普通人家最好的年货。“1984年我刚结婚，第一次回娘家买了猪肉、鸡蛋，还给带我长大的姥姥买了缎子面的花布做棉袄，老人特别高兴。那时候想穿新衣服都是扯布料自己做，不舍得买成衣。”黑龙江省鹤岗市工农区居民许玲玲说。  
　　80年代正值改革开放初期，商品逐渐丰富。那时的高档消费以“三转一响”为代表，“三转”指自行车、手表、缝纫机，“一响”是收音机。“万元户”备年货还可能是一台黑白电视机。“有一年过年，邻居家新买了17英寸的黑白电视机，街坊们都要去看那新奇玩意。我那时最希望能买辆凤凰牌自行车。”许玲玲说。  
　　90年代，鸡鸭鱼肉、花生瓜子、糖果饮料、服装鞋帽等作为年货已是常见。影碟机（VCD、DVD）、传呼机（BB机）、大哥大、小霸王游戏机等电子产品也流行起来。  
　　辽宁省沈阳市沈河区居民梁京说，“1997年我刚考上初中，爸妈给我的新年礼物是复读机、电子字典，好几百元一台，不过我更希望有一台同学们都抢着玩的俄罗斯方块游戏机。有一年过年家里添置了一台海尔滚筒洗衣机，妈妈特欢喜，说终于可以不伤衣服又解放劳动力了。”  
　　进入新世纪，人民生活水平又上新台阶，人们准备年货更注重健康营养。过年走亲戚流行拎个包装精美的礼盒，更时尚一点的就送保健品。  
　　“2005年，过年流行用短信拜年，我除夕那天都在想给领导同事发什么。那时候手机是按键的诺基亚直板，我一个拇指就打字飞快。”上海市静安区居民杨阳说。  
　　2010年后，网购迅速发展，鼠标点点，年货到家，不仅购买形式发生了很大变化，年货的内容也有所不同。“现在过年不会吃的喝的买上一大堆，囤起来过年。别说电商都打出了‘春节不打烊’的口号，门口的超市过年也开着，想吃什么都是现吃现买更新鲜。”北京市朝阳区居民张颖说，“新衣服更不会等到过年才买，每一季出新款的时候就已经买了。”  
　　智能手机、平板电脑、智能手表等潮流电子产品也成为新年礼物的新宠。“过年给爸妈换上了大屏智能手机，让他们聊微信、看视频、玩游戏都更方便。给儿子买了一台Kindle电子书，不伤眼。给远方的舅舅在网上下单买了一块苹果手表，他成了老年户外骑行团里的潮人。”张颖说。  
　　年货的变迁，勾勒出经济社会发展的脉络，国力越来越强大，商品越来越丰富，人民生活越来越美好。  
　　  
　　从景点打卡到休闲体验  
　　我们这样走世界  
　　戴  斌  
　　伴随着改革开放，国人的年味儿已经从单纯注重饮食扩展到更广泛的物质精神享受。回家远游两相宜，旅游过年早已成为春节新民俗。  
　　上世纪80年代，国人对于旅游的认知还停留在金发碧眼的欧美人、妆容整齐的日韩人和洋装穿在身的港澳同胞华人华侨身上。  
　　旅游的内涵大概是登长城、逛故宫、游长江三峡和桂林山水，出入涉外星级饭店和友谊商店。除了少数导游以外，旅游属于老百姓日常生活之外的另一个世界。  
　　90年代，物质生活进一步丰富。  
　　1999年国庆节首次连放七天长假，极大唤起了国民的旅游意识，并形成了“井喷式增长”的国民旅游市场，一部分国人开始把旅游纳入过年的项目清单中。  
　　2001—2009年，外出务工人员回家过年的刚性需求持续推高中国特有的“春运潮”。  
　　与此同时，越来越多的中产阶层选择了出游。2001年春节各地共接待游客0.45亿人次，旅游收入198亿元；2009年这两个数字分别为1.09亿人次和509.3亿元。去南方避寒、去北方赏雪、去乡下过大年，旅游已经成为过年的常态选项。一部分富裕人群早期还只是以近程的新马泰和港澳地区为主，很快就越走越远，遍布世界各地。  
　　高速增长的出境旅游市场和强大的消费能力，让世界对改革开放后的中国有了全新的认识。  
　　为了吸引中国游客，红色春联、舞狮子、联欢晚会等传统和新兴民俗开始出现在一些出境旅游目的地国家和城市空间中。  
　　如今，过年的幸福感已分散于日常生活，人们越来越看淡走亲戚、吃大餐、看春晚等传统过年项目，旅游过年真正走入城乡居民的节假日生活，举家远游和居家团圆都是再正常不过的选择。  
　　党的十八大以来，我国迎来了大众旅游、全域旅游和品质旅游的新时代。高速交通系统、移动互联网的完善，汽车和智能手机的普及，让国人远游和消费更加方便。  
　　在过去17年中，春节假日旅游人次和旅游收入的复合增长率分别为15%和21%。2017年春节，旅游接待人次和旅游收入再创新高，分别达到3.44亿人次和4233亿元。  
　　旅游过年的人多了，活动丰富了，品质提升了，反过来又为传统的春节注入时代感和生命力，也有助于世界各国各地区认识春节、接纳春节，为构建人类命运共同体做出新贡献。  
　　（作者为中国旅游研究院院长）    
　　  
　　从无肉不欢到注重健康  
　　我们这样享佳肴  
　　本报记者  齐志明  
　　“爆竹声中岁欲迁，家家此夕敞琼筵。”每到除夕，全国人民阖家团聚，备办佳肴，其乐融融。  
　　改革开放40年来，国人年夜饭的品质、就餐方式也发生了巨大的变化。  
　　上世纪70到80年代，年夜饭以家庭自制为主。“70年代末，鸡鸭鱼肉，无一样不要票。为了吃上一顿相对丰盛的年夜饭，往往提前几个月就将各种票证凑齐，买上一些平时不常吃的荤腥，腌上一两只猪头、几条河鱼、几只鸡。到了除夕前，家家门前都会飘出阵阵腊肉的香气。”家住江苏盐城大丰欧蓓莎小区的黄凤莲说，目前她已从一家国有农具厂退休。  
　　据黄凤莲回忆，那时候一到年关，镇上的酒楼饭店就歇业了。酒店日常供应的菜点也并不太讲究，大多数时候只有炒肉丝、熘肝尖等大路货，但一桌宴席也要机关厂矿员工半月的工资。  
　　“那时大家肚子里都缺油水，年夜饭没有三四道荤菜是不行的。大菜一般是一大海碗烩土膘和干贝煮干丝、雪里蕻烧野鸭、清炖母鸡、红烧鱼之类。其间，穿插几道拔丝苹果、糖莲子等孩子们爱吃的甜菜甜汤。”黄凤莲说。  
　　90年代，居民年夜饭渐渐丰盛，已有居民在餐馆订餐。  
　　家住北京丰台的李尚明来自河南濮阳，90年代就来首都发展。“在北京过年，年货倒不缺，就是年夜饭不好整治。若是照平日那样烹个三菜一汤，觉得不像过年。但若是摆上好几个碟子、弄几样大件，全家就得吃上好几天的剩菜。”为了调剂一下，有几年，李尚明全家决定上餐馆吃去。吃完就走人，倒也落得个清净。  
　　近5年来，订餐、外卖成为年夜饭的一个重要选项，在食材、品味、就餐方式上也有了新的特点。  
　　相较于以前掏20元都觉得肉疼，现在人们也愿意为几千元的晚餐埋单。即使如此，一些老牌饭店的年夜饭依然“一桌难求”。  
　　在这样的形势下，一些饭店推出的三四百元的特色熟食套餐、半成品套餐的销量逐年提升。这些年夜饭半成品大多可根据用餐人数提供多种荤、素、冷、热搭配，价格从100至2000元不等。除此以外，厨师上门服务制作年夜饭、私人订制年夜饭等年夜饭新玩法也受到越来越多年轻人的认可。  
　　虽然老年人、年轻人有不同口味和要求，但追求健康、崇尚绿色的餐饮理念十分一致。中国烹饪协会相关负责人表示，“饭店在年夜饭的菜单上，也呈现新的特点：如肉类菜品大幅减少，时令蔬菜品种增多；烈性酒消费量减少，葡萄酒、汽酒类饮料增多； ‘浓油赤酱’菜品减少，低盐低油菜品增多。”  
　　  
　　从围炉看春晚到举家看电影  
　　我们这样合家欢  
　　饶曙光  
　　“合家欢”无疑是春节的核心要义。与阖家聚餐相应的，举家观影已逐渐成为与年夜饭、逛庙会等传统习俗并驾齐驱的新年俗。如今，春节已经成为中国电影最吸金的超级档期。  
　　1983年，中央电视台首次推出春节联欢晚会，一家人吃完饺子围在电视机前看春晚成为新年俗。而此时，由于市场结构不完善等因素，在人们的春节文化生活中，电影几乎消失了，绝没有像现在这样占据文化消费的主流地位。  
　　90年代中期，中国电影市场逐渐转型，贺岁片、贺岁档应运而生，催生了贺岁片的代名词“冯氏（冯小刚）喜剧”，但春节档依旧处于真空状态。  
　　2003年中国电影全面改革迈入产业化时代，档期概念渐趋形成和完善：2008年由《长江七号》和《大灌篮》带动春节票房首次破亿；2010年，《阿凡达》单片春节票房过亿。但2012年以前，市场还很少有针对春节而定制的影片。  
　　2013年《西游降魔篇》爆发。此后国产电影在春节档大放异彩。《西游记之大闹天宫》《美人鱼》等影片屡屡刷新票房指标，并且给人们带来过去没有的新春快乐和享受；春节档本身则在2016年和2017年实现了彻底的颠覆性变化和结构性突破。  
　　从2008年到2017年10年间，春节档电影屡创奇迹，票房突破33亿元，观影人次则翻了20倍。与此同时，随着春节期间人口由特大城市向三四线城市流动，更是刺激产生了“去中心化”的全民观影热潮。  
　　春节档的跨越式成长和发展，除了影院终端下沉、电影品质提升、观众氛围培育等内部原因外，广大人民群众消费习惯的改变也极为重要。  
　　2018年春节档，五部已具品牌效应且类型风格各异的影片“逐鹿中原”，迎合全民观影的不同需求，这样的同台竞技无疑值得期待。  
　　（作者为中国电影家协会秘书长）    
　　  
　　从长途公交到共享汽车  
　　我们这样访亲友  
　　本报记者  祝大伟  
　　“有钱没钱回家过年。”对大多数国人而言，春节前的奔波总是过年记忆中逃不开的情节。这一路的艰辛也把车与年的记忆紧紧地联系起来。  
　　“当时家人觉得汽车会普及，学个汽车制造，专业前景应该不错。”陈海宗说，20多年前，刚走进大学校门时，汽车已经渐渐进入寻常百姓家。  
　　如今，46岁的陈海宗已经是一汽集团一个子公司的中层。眼下汽车爆炸式的增长，还是让他多少有些始料未及。  
　　80年代初，陈海宗七八岁时，留下了对小汽车最早的记忆。“当时赶着回姥姥家过年，却错过了最后一班汽车。一家人站在寒风中焦急等待时，幸好拦到一辆吉普的‘顺风车’。尽管这辆吉普四处漏风，但比起班车也舒服不少。这是第一次近距离感受小汽车。”  
　　在陈海宗看来，当年，小汽车并不是普通大众能享受的交通工具，市场并不能提供有效供给。  
　　2000年前后，汽车开始普及，陈海宗有了自己的车。腊月二十九或是大年三十，陈海宗从长春驱车800多公里回到河北老家。  
　　“那时候南方摩托车骑行大军让人很震撼。抢手的火车票让人印象深刻。”至今，陈海宗对回家过年的辛苦经历历历在目。  
　　第一次开私家车回老家过年，陈海宗既兴奋又疲惫。“长途开车累，但有了舒服的专属空间，还是让人特别兴奋。更重要的是，当时路上并没有太多的车，汽车畅通便捷的优点非常明显。”  
　　到了2010年，汽车仿佛开始了爆炸性的增长。陈海宗分析说，这时，汽车已经慢慢从身份和地位的象征变为代步工具。  
　　尽管人车关系逐渐变化，但春节前两三个月，汽车销售高峰的特点却丝毫没有减弱。  
　　“虽然‘五一’‘十一’前后的销售热潮正在变得不明显，但春节前夕依然是销售热季。越是大众化的汽车，就越是如此。”陈海宗说，这也能看出春节在普通老百姓心中的特殊地位、汽车和春节的特殊关系。  
　　近两年，陈海宗不再开车回老家了。“逢年过节，高速路都能变停车场。”网约车、汽车租赁、共享汽车等新模式，给春节回家的人们提供了更多元的选择。  
　　春节回家，人们更愿意选择高铁、飞机等方式，再通过汽车来解决出行“最后一公里”的问题。  
　　汽车消费正在从拥有性消费向支配性消费转变。  
　　这意味着，人们对用车更加挑剔，已经从最初的品牌、性能等简单标准，扩展到内部设施的智能网联、外观造型等功能性和感官性考量。  
　　  
　　从农贸商品交流到地方文化展台  
　　我们这样逛庙会  
　　牛幸佳  王  珏  
　　逛庙会早已成为现代春节的热门活动。改革开放40年来，庙会在继承传统的物资交流和文化娱乐的基础上，还逐渐向促进社区和谐、丰富城市文化等功能转变。  
　　上世纪70年代末80年代初，庙会逐渐从过去封建迷信的概念中解脱出来。“那个时候每逢庙会举办，我总会叫上街坊乡邻。大家一起看大戏、逛摊位。一路上说说笑笑，高兴得不得了。”河南省巩义市矿区居民薛喜凤回忆。  
　　90年代，随着改革开放的不断深入，庙会的经济功能得到加强，逐渐成为从事商品交流和物资贸易的场所。“80年代的庙会主要以出售各色小吃、衣服以及民间工艺品的小型摊位为主，基本属于个人行为。而到了90年代，庙会上的小型摊位已经摇身变为从事城乡农贸商品交流的大型场所。”中央民族大学民俗学教授林继富说。  
　　21世纪以来，庙会还承担了弘扬地方认同感的功能。春节期间，庙会成为某一区域内的“全民性活动”。  
　　“逛庙会是我们家春节的必备项目。庙会上，人头攒动，摩肩接踵，说着方言，很有归属感。”山东省泰安市泰山区居民杨京说，以前春节只是在家看电视，玩游戏，年味儿越来越淡。外出逛庙会，为亲朋好友间的紧密交流提供了舞台。  
　　2018年，北京市推出地坛庙会、朝阳国际风情节、通州运河文化庙会等十大庙会。北京市文化局副局长庞微说，将采用政府购买和“互联网+文化”的方式，向首都市民发放30万张春节庙会门票。  
　　  
　　图片说明：  
　　置年货左图：如今年货供应充足，图为一位市民带着孩子悠闲地在超市选购商品。  
　　资料图片    
　　置年货右图：1987年春节前夕，北京街头出现了各种临时售货摊位，方便群众置办年货，受到大家欢迎。  
　　黄景达摄    
　　走世界左图：2000年春节前夕，黄山景区推出看雪特色旅游。图为游人在西海景区远眺。  
　　鲁迅承摄    
　　走世界右图：如今，春节长假出境旅游成为流行。  
　　资料图片    
　　享佳肴左图：沈阳一酒店春节期间推出“出租”厨师的服务，让当地居民足不出户享受“星级大厨”手艺。  
　　资料图片    
　　享佳肴右图：上世纪80年代，年夜饭必须要有几道有油水的大菜。图为1982年，北京一家人的团圆饭。