

## 最高级火车



包厢宽敞



系统先进

# 卧铺动车 21日开跑

## 南京到北京缩短1.2小时 上铺520元,下铺580元

### 全程250公里/ 小时的极

速体验,每节车厢被分割成10个独立包厢,宽敞的包厢里上下铺共有4张床位,每个床尾都有独立电视,包厢门口还加装了呼叫系统……京沪、京杭间的大编组卧铺动车组将于21日首发,这是我国首批卧铺动车组。其中,上海至北京全程运行时间只需9小时59分,比目前最快的直达特快列车缩短了1小时29分。京杭间运行11小时,比Z字头列车缩短近2小时。

21日,南京到北京的D306也将开跑,南京到北京只需8小时,比现在最快的Z50快了1小时12分钟。目前这趟卧铺动车已经开始售票,现实行折扣价,南京到北京,上铺520元,下铺580元。



车厢走道宽阔 新华社发

### 速度

#### 列车时速达250公里

沪宁线动车,250公里/小时的极速度体验仅4分钟左右,但南京到北京的D306几乎全程都是以250公里的时速行驶。

该列车从上海始发,途经南京,每天23:41发车,次日清晨7:40到达。21:44从北京回程,次日凌晨5:45抵宁,全程8小时左右。据介绍,这是我国首批卧铺动车组,比现在Z字头特快列车缩短了1小时多。

### 平稳

#### 消音减震设施安全可靠

卧铺动车组列车采用先进的缓冲装置和密封设施,列车运行平稳、安静。据了解,卧铺动车组采用新型的高速转向架,各车厢间加装了减震器,并采用了半永久的车钩连接车厢,车钩间隙小,整个列车连成了一个整体,列车在高速运行中十分平稳。

在列车密封设施方面,卧铺动车组对车底、车体的隔音设施进行了技术改造,每节车厢的车底板和车体内加装了隔音减震垫,车厢连接处采用了全密封的双层内外风挡,因此,即使列车在高速运行中,车内的隔音仍然很好,包厢内十分安静。

卧铺动车组对烟火报警系统也作了改进,增加了安

点。每个包厢、卫生间、配电盘均装有烟火报警探头,8号车厢设置了监视屏,可以随时显示各烟火报警探头的报警状态,列车运行更加安全可靠。

### 空间

#### 铺位比一般软卧更宽

动卧列车由16节车厢编组而成,定员630人,其中软卧13辆,每辆10个包厢,40个铺位,定员520人;二等软座2辆,定员110人,餐车1辆,在8号车厢。据介绍,车辆外观与白色“子弹头”和谐号并无区别,步入软卧车厢内,青灰色的装修内饰简单大方,每节车厢被分割成10个独立包厢,门口推拉门可以关闭,形成独立空间。包厢里上下铺共有4张床位,与Z字头列车的软卧车厢相比,动车组卧铺更加宽敞,床铺外沿呈弧形、明显加宽,下铺墙面上还安有靠背。

### 娱乐

#### 床尾加装独立电视

每个铺位的床尾处都装有独立液晶电视,通过另一端触摸式的控制面板,旅客可任意选择电视节目。床头装有小巧的阅读灯,可进行90度调整。除了软卧包厢,软座车厢内也设有4面液晶电视。“列车影视系统的节目频道会有很多,为长途旅行的乘客解闷。”

此外,每个包厢小桌下方都安有电源插座,三相和两相

插头各一,包厢外的车厢墙壁上也安有电源插座,乘客使用笔记本电脑、给手机充电会更方便。

### 应急

#### 呼叫系统准确定位

包厢内,车门旁边安有一块触摸式面板,上写“呼唤服务”。如遇意外情况,可通过触摸式面板启动呼叫系统。据工作人员介绍,呼叫系统分布在列车员工作间和车厢走廊头尾两侧,由电脑控制,可以准确定位,比如旅客如果需要服务,可以随时按呼唤按钮,信息监视屏会立即显示相关包厢、铺位的呼唤信息,乘务人员可以及时提供帮助和服务。

### 服务

#### 开设夜间酒吧

餐饮方面,品种丰富,有各色冷热小炒,中、西式点心和快餐、小吃、饮料、水果、休闲食品等,开设夜间酒吧、茶吧、夜宵服务,为旅客提供晚餐、早餐。

为了提高服务质量,上海铁路局还专门组织了服务礼仪、专业知识和服务技巧的培训。在每节车厢都贴上了温馨提示。如,“旅客您好,我是列车乘务员,有事请到某号车厢找我”,让旅客感觉既方便又温馨。

通讯员 陶利平  
快报记者 毛丽萍

## 岁末大盘点

前11月江苏居民实际增收7.8%,但股市房市双双下跌“拖后腿”

## 居民财产性收入降两成

尽管宏观经济形势严峻,但今年1-11月份江苏城镇居民收入仍然平稳增长,然而由于股市房市双双下跌,直接带来了居民财产性收入的下降。国家统计局江苏调查总队昨日分别公布的前11月份、前三季度的数据都显示,财产性收入成为唯一一项“拖后腿”的项目。

### 挣钱

#### 股市房市下跌,财产性收入缩水

今年1-11月份,江苏城镇居民人均可支配收入为17125元,比去年同期增长13.8%,扣除价格因素,实际增长7.8%。人均工资性收入和转移性收入保持稳定增长,分别为11319元和5066元,增长13.8%和10.7%,其中养老离退休金4177元,增长12.5%;经营性收入增长较快,为1816元,增长31.1%。值得关注的是,财产性收入下降较多,为277元,下降20.9%。

这一趋势早在今年前三季度就已出现,江苏人的各项收入都保持了两位数的增长,但是唯有一点例外,即“财产性收入”大幅下降,同比下降幅度达14%。其中占财产性收入二分之一的出租房屋收入为106元,同比下降11.0%,股息与红利收入为44元,同比下降16.7%,以房屋买卖收益为主的其他投资收益人为52元,同比下降27.0%。“很显然,股市下跌、房市下滑的双重因素已对居民财产性收入形成较大的冲击。”统计专家分析认为。

相比之下,创业仍然是增收的重要引擎。江苏人的经营性收入快速增长。个体、私营企业主人数增加,经营状况持续改善。1-3季度每百户城镇居民家庭中,个体和私营企业主均为17人,较去年同期增长6.2%,占就业人员的比重为12.0%,比上年增加0.7个百分点。人均经营性净收入为1486元,增长30.9%,增幅为四项收入之首,占可支配收入的10.5%。

#### 江苏居民收入仍居全国第五

前三季度,江苏城镇居民人均可支配收入仍居全国第五,前四位分别是上海20257元,北京18575元,浙江17522元,广东14964元。江苏城镇居民人均可支配收入增幅13.9%,低于全国平均水平(14.7%),居全国第十七,华东地区第四,快于上海(13.6%),北京(12.2%),广东(11.6%),浙江(10.3%)等经济发达省市。

### 花钱

#### 前三季度江苏人均“吃”掉3408元

流进口袋里的钱在增加,但是掏出去的钱也没减少。统计显示,江苏城镇居民消费支出同步增长。

#### ——吃:人均3408元。

价格上涨导致了食品支出显著增加。1-3季度江苏城镇居民人均食品支出为3408元,增长17.9%,在居民八大类消费中增幅最高。其中粮油类支出为383元,增长26.4%;肉禽蛋水产品类1045元,增长24.3%;蔬菜类318元,增长13.5%……因此,城镇居民的恩格尔系数也由去年同期的36.8%上升到今年的38.1%。

#### ——穿:人均831元。

衣着类和家庭设备用品及服务类支出也上升得很快。1-3季度江苏城镇居民人均衣着类消费支出为831元,增长17.6%,比去年同期提高了6.5个百分点。

#### ——医:人均587元。

医疗保健支出再次升温。人均医疗保健支出587元,增长15.3%,其中人均药品费

276元,增长15.2%;人均医疗费181元,增长23.3%;人均滋补保健品费104元,增长7.5%。

#### ——行:汽车购买量同比增长40%。

交通和通信类支出1022元,增长10.6%,增幅比去年同期高了5.5个百分点。其中,每百户城镇居民家庭中家用汽车的购买量同比增长40%。随着家庭汽车拥有量的逐渐增加和燃油价格的不断上涨,居民相关支出也大幅增加,人均车辆燃料支出106元,增长61.2%;人均交通工具服务支出86元,增长32.3%。

#### ——教:人均支出1387元。

教育文化娱乐服务消费增速放缓。人均教育文化娱乐服务消费1387元,增长2.7%。受城镇义务教育免收学杂费政策的影响,城镇居民人均义务教育学杂费支出34元,同比大幅下降,降幅为26.6%;但幼儿教育费用继续大幅攀升,人均托幼费73元,增长48.6%。

#### ——保:人均950元。

居民社会保障意识日益增强,城镇居民个人支付的各种社会保障支出明显增长。前三季度江苏城镇居民人均社会保障支出为950元,同比增加127元,增长15.4%,占家庭总支出的7.8%。在各项社会保障支出中,个人缴纳的养老基金为424元,增长19.4%;个人缴纳的住房公积金为373元,增长10.3%;个人缴纳的医疗基金为126元,增长18.3%;个人缴纳的失业基金为20元,增长12.4%;其它社会保障支出为6元,增长44.2%。

快报记者 郑春平  
通讯员 苏调

南京各大商场化妆品总销售额年近8亿元,金鹰、大洋成“亿元大户”

## 谁在狂扫名牌化妆品?

快报携手南京9大商场、众多品牌共同打造的“美人妆——2008南京化妆品节”即将于12月23日拉开帷幕。消息一经刊出,便受到很多读者的热切关注。而金鹰、大洋、新百、中央、山百、南京商厦、苏宁环球、苏宁银河、金鹰天地9大商场及兰蔻、欧莱雅、玉兰油、薇姿、欧珀莱等众多品牌已经蓄势待发,积极筹备为快报读者提供专属的积分、赠品及优惠套装。日前从各大商场传来捷报:2008年,通过商场渠道购买的化妆品总量应该接近8亿元。究竟是什么样的人在狂扫化妆品?他们的身份、职业以及收入状况如何?最被消费者青睐的化妆品种类是哪些?上周五,快报《商业》周刊刊出的调查问卷现已收到接近400位读者的回执。记者发现,20-30岁的都市白领是化妆品消费主力,平均每年用于美容化妆品的花费在1000元至2000元。

南京人一年用于化妆品消费一共多少钱?目前为止

没有一个权威的数据。不过,南京人在化妆品消费上的能量惊人。业内人士保守估计,2008年,通过商场渠道购买的化妆品总量应该接近8亿元。据记者了解,倩碧2004年进入金鹰,仅仅用一年的时间,其业绩已跃居全国销售排行榜的第三位,而雅诗兰黛进入金鹰后,也仅仅用一年的时间,便被升级为全国仅有的第十一家白金柜,取得了与北京、上海等一线城市相同的销售级别。更值得一提的是,兰蔻一年在南京销售超过7000万元,超过广州、深圳,进入全国城市前五。南京商厦化妆品商场经理郑立萍表示,“就玉兰油一个品牌而言,在南京商厦一年的销售量在500万左右,虽然在南京的百货行业中排名前列,但也仅仅占这个品牌在南京地区销售的一个很小部分。”记者了解到,在化妆品销售业绩方面,金鹰购物中心、大洋百货两家属于“亿元大户”,而南京新百、中央商场、南京商厦等传

统百货每年的化妆品销售额都在几千万元。

通过问卷回执,记者发现,化妆品主要消费群体集中在20至40岁年龄段女性,当中又以二三十岁的“80后”“90后”为主力军,占比61%。她们大多是白领,职业为会计、文员、经理、医生、教师等,年消费力在1000元至2000元。30至40岁的女性消费则更高,一年花在化妆品上的金额达到2000元至5000元;另5%的读者花费达1万元以上。

问卷调查显示,保湿与美白是女性使用化妆品最想要的目的。欧美品牌是南京女性首选,日韩及国产品牌次之。有49%的读者对“国外品牌比国内品牌更加认可”。具体的品牌选择方面,除了产品品质、功能、价格,南京女性还十分注重品牌的知名度,对欧莱雅、兰蔻、雅诗兰黛、薇姿、资生堂、玉兰油、欧珀莱这几个品牌化妆品十分推崇,并且表示对使用效果“很满意”。

快报记者 史丽君 黄建军 闫弋