

春运全面推广高铁电子客票

除夕火车票今起开售

国家铁路集团副总经理李文新25日在2020年全国春运电视电话会议上表示，全面推广高铁电子客票。在前期稳步推进电子客票试点的基础上，2020年春运在高铁干线及城际铁路全面推广电子客票，实现旅客乘坐高铁无需取票出行。售票系统优先为老年人和儿童配售与同行相邻的席位，优先为老年人配售下铺。

2019年接近尾声，距离春节回家的日子越来越近，26日起，2020年除夕火车票将正式开售，抢票大战也进入白热化阶段。

按照铁路春运火车票互联网和电话订票提前30天发售的规定，

2019年12月25日、26日两天，全国铁路将通过互联网(手机客户端)和电话订票方式，开售农历腊月二十九(2020年1月23日)和除夕(2020年1月24日)火车票。

车站售票窗口、代售点的开售日期分别是2019年12月27日和28日。

返程票方面，2020年1月29日(正月初五)和1月30日(正月初六)将迎第一波节后返程高峰，网络抢票日期为2019年12月31日和2020年1月1日。

需要提醒的是，不同的火车站火车票起售时间并不相同。

另悉，23日上午，12306网站就疑似出现故障，随后“12306崩

了”的微博话题登上热搜。有网友反映车次加载失败、购买不了票或卡在候补订单支付界面等问题。针对该情况，12306客服表示，网站没有问题，他们也没有接到网站和APP故障的通知。如果出现报错情况，可能是用户操作过于频繁触发了相关保护机制。用户可以切换流量和WiFi或者开启飞行模式，然后再进行尝试。

据国铁集团此前介绍，今年12306售票系统已进行扩容，系统日稳定售票能力从1500万张提高到2000万张。

根据前几日的销售数据看，系统售票能力完全满足了旅客购票需求。
中新网

工信部核发4个19开头新手机号段

人民网北京12月25日电 据工信部官方网站消息，工业和信息化部已于近期分别向中国电信集团有限公司、中国移动通信集团有限公司、中国联合网络通信集团有限公司和中国广播电视网络有限公司核发190、197、196、192号段公众移动通信网网号。

据了解，为加快5G商用步伐，切实促进我国公众移动通信市场持续健康发展，依据《中华人民共和国电信条例》《电信网码号资源管理办法》等有关法规规章，工业和信息化部已于近期分别向中国电信集团有限公司、中国移动通信集团有限公司、中国联合网络通信集团有限公司和中国广播电视网络有限公司核发190、197、196、192号段公众移动通信网网号。

躲在飞机卫生间吸烟“老烟民”被行拘七日

近日，首都机场警方对一位“老烟民”作出了行政拘留七日的处罚。

12月9日18时许，首都机场公安局西航站区派出所接到报警称，一名旅客在飞抵北京的航班卫生间内吸烟。接警后，西航站区派出所迅速指派警力赶赴登机口等候，待飞机降落民警立即上机开展调查取证工作。

经了解，旅客陈某是20年的“老烟民”，在飞机飞行过程中烟瘾难耐，遂在机上卫生间内抽烟。抽了几口之后，他偷偷将烟头扔进马桶冲走，企图毁灭证据，不料被机组人员发现。

民警出示证件后，依法将陈某传唤至派出所调查。陈某对自己的违法行为供认不讳。根据《中华人民共和国治安管理处罚法》的规定，扰乱航空器等公共交通工具秩序的，处警告或者200元以下罚款，情节严重的处五日以上十日以下拘留。根据该条规定，首都机场公安局对陈某从宽处以行政拘留七日处罚。

北京晚报

成都西岭雪山 迎来冰雪季

12月24日，身着大熊猫服装的工作人员脚踩滑雪板从滑雪道上滑下。

当日，成都西岭雪山第20届南国冰雪节开幕。今年冬季，西岭雪山多举措丰富冰雪运动，冰雪娱乐项目精彩纷呈。 新华社发



“童年味道”今犹在 “包裹”的不止“回忆杀”

国货老品牌潮起来、走出去！

新华社上海12月25日电 岁末年初是消费旺季，也是商家冲刺销量的好时机。面对激烈的市场竞争，众多国货老品牌不甘仅停留在消费者记忆中。

大白兔奶糖、雅霜润肤膏、回力运动鞋……这些陪伴了几代中国人的老品牌“脑洞大开”。它们勇于创新，打造更时尚、更年轻的品牌形象，赢得越来越多海内外消费者喜爱。

在上海时尚地标新天地，比利时巧克力品牌歌帝梵专卖店正在主推大白兔奶糖风味的冰淇淋和冰饮。一些消费者品尝后在网络上评价：“有童年的味道。”

大白兔奶糖1959年在上海诞生，包裹着糯米纸、奶味十足的大白兔奶糖是属于几代人的甜蜜回忆。

今年60岁的大白兔不仅销量稳定增长，品牌也愈发年轻化、时尚化。大白兔生产商上海冠生园食品

有限公司介绍，近几年大白兔奶糖产量年增长10%左右，今年已生产2.7万吨。大白兔陆续推出抹茶、提拉米苏、咖啡、榴莲等新口味及牛轧糖，并开始跨界营销。

去年，大白兔携手另一国货老品牌美加净，推出限量版大白兔奶糖味润唇膏，该产品上市几分钟即售罄。今年，大白兔扩大跨界合作，授权更多产品，包括与香水品牌气味图书馆联名推出大白兔奶糖香味香水和沐浴乳、与饮品零售品牌快乐柠檬联名推出大白兔奶糖风味奶茶等，不断为年轻人送上新鲜感。

眼下，大白兔正与东南亚地区的7-Eleven、全家、罗森等便利店接触，计划推出适应当地市场需求的小包装奶糖。同时，大白兔也在积极布局美国的好市多、沃尔玛等超市渠道，开拓西方市场。

从雅霜、美加净、六神，到高夫、佰草集、玉泽，这些新老品牌

跨越几代人，市场定位各不相同，却同属于上海家化联合股份有限公司。

上海家化始创于1898年，是难得的百年民族企业。“上海家化的品牌战略中，排在最前面的就是创新。”上海家化董事长张东方说。通过自主研发，上海家化陆续推出新品牌，吸引不同年龄段消费者，扩大市场份额。

“守得住经典，当得了网红”。一些国货老品牌凭借其经典产品的魅力，成为备受国内年轻人追捧的“网红”，也被外国消费者视为潮流象征，回力球鞋就是其中的代表。

目前，回力在欧洲主要销售经典款WB-1球鞋，在荷兰售价为60至65欧元。两年多以前与回力公司达成合作协议的拉根戴克说，回力在欧洲还处于起步阶段，最重要的是鞋子质量令消费者满意，“我希望能慢慢做大市场，让回力在欧洲有一定名气”。