

消费升级加快推进 进博会关注品质生活

多位人士7日在第二届中国国际进口博览会上表示,中国消费升级趋势明显,消费市场空间巨大。本届进博会提出的新政策、新主张将指引中国形成更活跃、更强大的国内市场,更好满足人民美好生活的需要。未来将进一步扩大开放,降低关税水平,努力打造中国品牌,推动消费升级提速。

GDP不断增长,消费总量和品质明显提升,多点多面的消费增长点出现;社保体系健全,居民消费后顾之忧逐渐消除,促使消费可以上一个台阶;恩格尔系数降低,中等收入以及高消费水平人群增加,促使消费结构和消费群体结构发生变化,让品质生活有了扎实基础。

消费需求转变

商务部副部长王炳南表示,中国消费需求正从注重数量增长向追求品质生活加速转变,呈现以下特点:一是消费规模稳步扩大,2018年社会消费品零售总额同比增长8.2%,年均增长11.3%;二是消费势头不减,服务消费占比显著提高,品质化、个性化、定制化消费加速发展;三是消费模式创新加快,绿色、智能、共享、定制等消费新模式蓬勃发展,线上线下不断融合;四是消费进口扩容提速,五是消费环境持续优化。

“2001年至2013年是我国显著性消费升级阶段,2013年到现在是品质消费阶段。”国务院发展研究中心市场研究所原所长任兴洲表示,这一阶段人均

市场空间巨大

近年来中国消费进口不断增长。“从海关统计看,消费品进口增速每年提高8至9个百分点左右。”王炳南说,进口消费品增速明显提高,消费进口扩容提速。预计未来15年,中国进口商品和服务将分别超过30万亿美元和10万亿美元,将进一步优化国内的中高端消费供给,满足消费升级需求。

“开放扩大了老百姓对世界产品消费的空间。”中国国际交流中心副理事长黄奇帆表示,近年来关税水平持续降低是我国进口扩大、开放程度提高的重要原因之一。去年我国关税水平降到7.5%,下一步关税水平有望进一步降低,这有利于开放水平再扩大。扩大更高水平的开放对我国居民高品质生活具有重要、



资料图片

直接推动意义

商务部原副部长张志刚表示,我国拥有增强消费对经济发展基础性作用的沃土和巨大力量。应持续提升传统消费,大力培育新兴消费,积极推进服务消费、农村消费,提质扩容,梯次升级。

打造中国品牌

王炳南表示,首届进博会以来,国家进一步降低关税,扩大进口,促进消费,出台了一系列加快外贸发展、促进消费升级的政策措施。本届进博会提出的新

政策、新主张将指引中国形成更活跃、更强大的国内市场,更好满足人民美好生活的需要。

张志刚认为,努力打造中国品牌,包括中国高档消费品品牌,是促进消费升级,实现经济高质量发展的重要实践和抓手。

任兴洲表示,满足高品质生活的关键是能够提供高品质的商品,拥有自主品牌。扩大对外开放,进口国外高品质商品,能够倒逼我国产业升级,不断提高产品质量,满足人民美好生活的需要。

据《中国证券报》

银发消费在改变 生存型转向乐享型

【聚焦】银发消费潮来临,无论线上还是线下,“新老年”消费特点逐渐从生存型转向乐享型。

【提醒】注意资金安全,最好学会使用他人代付功能;不要轻信商家的广告和宣传语“忽悠”,避免非理性消费。

近日,为期一个月的北京银发消费月将老服务和商品带到老人家门口。老年人的需求及消费热情超乎想象,不少企业的现场销售转化率超过了10%,也就是说每10个“围观”展位的老年人里就有一个下单。双十一的抢购大军中,“银发族”也成为网购生力军,和年轻人一起秒杀。

如今,老年群体的消费特点逐渐从生存型转向乐享型,文化休闲、线上消费成为他们新的生活方式。

北京掀起银发消费潮 为老商品服务将持续进社区

最近,2019北京银发消费月在各大社区落地。30多家北京老字号、200余家品牌企业、数千家门店通过线上线下联动的方式,为老年消费者提供服务。其中,线下活动吸引了周边许多老年消费者前往现场体验、咨询、购买。

今年,北京市商务局增加了落地活动的举办频次,辐射范围也使得更多老年消费者在一个月内,能享受实惠便利。活动中,对同观天通苑地区、中央党校社区等在内的老人居住区进行了消费调研,了解企业老年群体的需求和喜好,组织与老年人生活密切相关的企业进驻,赠送日用品、老年辅具、文化旅游等多个行业。在一场连续两天的落地活动中,共吸引近5000人次的老年消费者到场参与,日均销售额达到数万元,还有不少老年人在现场预约了健康体检等多项服务。

此外,文化旅游服务也成为活动亮点,包含34个国内旅游、48个国外旅游,以及4个特色康养旅居产品。大量老年人集中咨询了海南、广西、四川康养旅居,以及日本旅游线路。不少老年人在现场表达预订意愿。部分企业活动还进行了充分的市场调研,结果显示,老年人更加注重旅游过程中的购物、饮食、住宿等条件。通过老年人口反映的问题和消费需求,未来也将设计出更有针对性的老年产品。

虽然消费月刚刚落下帷幕,但银发消费热潮并不会退去,多家品牌企业和专业机构将走进各个公共场所,将老年人需求带到他们身边。

从生存型转向乐享型老年人成网购生力军

家住北京的刘阿姨今年71岁,她不仅会在微信支付,还会网购、团购,用各种App购物。有时候她还会给外地的孩子们买点东西,直接快递到他们的家里。中国老人以往都被认为是消费能力低、不舍得花钱的群体。但这种认知似乎已经改变,新一代老年人被称为“新老年”,拥有富余的闲钱和开放的心态。

正在进行的双十一购物节,不少电商平台开辟了主题直播,瞄准老年消费群体。目前,在淘宝直播上每天都有1000场针对中老年人群的直播,而且还在积极招募中老年主播。天猫有些老年网红主播做中老年老年产品,性价比不贵,但销量巨大。

阿里巴巴2019十一黄金周消费数据显示,随着智能手机和移动支付普及,中老年群体逐渐成为数字化消费的生力军。“银发族”不但会点外卖、懂网购、爱旅游,也愿意在中高端体检和医疗美容上花钱。而根据京东发布的重阳节消费大数据,用“搜索关键词”分别是老人手机、足力健老人鞋、收音机、营养食品和智能拐杖,“银发经济”呈现出新的消费趋势。

同时,现在的老年人更加注重生活品质,银发消费正逐渐从生存型转向乐享型。苏宁易购的数据显示,近年来,该平台中老年智能手机的老年用户越来越多,2018年,功能单一的老人手机销量下降,而年轻人购买智能手机的数目却增加。与此同时,使用在线支付方式的老年人群数量大幅增长。支付宝数据显示,目前55岁以上用户人数达到1000万人。

注意资金安全不要为囤货冲动下单

老年消费群体增长势头明显,但可能也成为一些不法分子的“眼中肉”,作为网购新人的“银发族”也成为容易被风险侵袭的脆弱群体。

老年人爱囤货,自从学会网购可能就“买买买”停不下来,一到弹出出来的推荐广告或购物信息,就想去点进去看。但他们对网购环境尚不熟悉,可能误操作甚至无意漏单。网上购物往往要绑定银行卡,涉及资金安全,要格外小心。最好学会使用他人代付功能,让朋友、子女先行代付,尽量不要绑定自己的银行卡。

不要以为只有年轻人才会冲动消费,不少老年人也会掉入非理性购物的“陷阱”,尤其是刚接触网购的老年人看到网店价格与实体店相比如此悬殊,顿时产生“不买就是吃亏”的感觉,在海量的商品面前容易冲动购物。因此,老年人在去父母上网购的同时,也要提醒他们理性消费,不要因为价格“划算”、囤积很多并不需要甚至远超实际需求的货品,反而造成浪费。另外注意提高辨别和判断能力,不要被商家的广告和宣传语“忽悠”,如果买到不合意的物品,注意运用网购平台的退换货规则,在保持商品原样,不影响二次销售的情况下进行退换。

据新华社



电商巨头搅局楼市为哪般?

每年的“双11”购物狂欢节,都是各行各业不容错过的巨大商机。这边厢,楼市传统的“金九银十”营销大战还没有结束,那边厢,阿里巴巴、京东等电商巨头频频在线上低价卖房的消息,已经引爆了微博、微信等网络朋友圈。尤其是恒大、融创等龙头房企高调推出网上卖房业务后,让今年的“双11”多了很多特殊的搅局者。

借助“双11”多年累积的天量粉丝,电商巨头与房企提前布局的网上卖房可以说“来势汹汹”。这到底是蓄谋已久的商业模式创新,还是临时起意的蹭流量和蹭话题?

调查

电商推销的多为折扣券和入门券

11月1日,苏宁和京东即通过网络媒体高调宣称,11月1日至11日期间将联手在线上卖房,计划在全国820个楼盘中共享逾1111套房源,产品类型包括洋房、高层、小高层、公寓、别墅,涉及学区房、地铁房,等等。

记者第一时间登录苏宁易购网站,发现首页的新品分类目录虽然还没有加入“房产”这一项,但通过搜索可以直接直达天猫集团官方旗舰店。相比媒体铺天盖地的造势新闻,苏宁易购官网平台对“卖房”这一行为却显得相对低调,主页上并无明显的宣传推荐。只是在恒大集团官方旗舰店的页面上写着,“每天有100套特价房,最高优惠超百万。”平台上展示的也不是大家想象中的一套套不同的房子,而是一些统一标价为99元的意向金券。因此,消费者在苏宁下单直接购买的非房产,而是参与抢购特价房源的入门资格。

实际上,苏宁易购相比,另外两家电商巨头阿里巴巴和京东的线上卖房项目启动得更早。早前,阿里巴巴旗下阿里拍卖即披露,今年天猫“双11”将有上万套特价房源上线,其中部分覆盖多地热门学区房、地铁房和景区房。与此同时,京东也宣布将联合70个城市的200多家开发商,投放超过6000套特惠房源,新房全款5折起,优惠总额超3亿元。

记者从京东商城网首页看到,“房产”与汽车、汽车用品并排在一起,已经列入到左方的产品分类目录,而且目录则分为“最新开盘、普通住宅、别墅、商业办公、海外房产、文旅地产、长租公寓”多种。进入京东房产频道,可以明显发现该平台与我们平时看到的“房天下”“搜房网”等网络房产中介平台非常相似,有丰富的房产类广告和相关资讯,同时也有明确的“区域”“均价”“房屋面积”“房型”和“物业类型”等导购功能。不过,与苏宁易购不同的是,京东房产上出售的也多是一些折扣券和意向资格,根据导购说明,消费者下单并支付意向金后,将会接收到消费短信,然后通过线下签订购房合同,商家确认后提供优惠礼包。平台上还有咨询电话和销售热线,消费者可随时与楼盘销售方直接联系。

淘宝和天猫尚属无房产专场,只是在阿里拍卖网站上开设了房产频道,与苏宁易购和京东的交易不同,阿里拍卖出售的多为各地法院以强制拍卖处置的房产。这类房产价格相比市场尚有较大优惠,但前提是交易有固定时间,消费者需要提前预付较多的保证金,成交后在限期内一次性缴齐尾款才能到法院办理产权证手续。

抑制猪肉价格持续上涨的三个利好消息

猪价高企对需求已产生明显的抑制作用。专家调研发现,由于成本上升,消费者开始调整菜谱,转而选择其他肉类。

鉴于后期中央及地方两级储备肉还将继续投放,猪肉进口和牛肉进口均显著增加,在政策利好、疫情稳定以及行情带动下,后期猪肉价格涨幅将回落。

“前期猪肉价格涨幅回落,当前猪肉价格上涨不具备可持续性。”11月5日,中国农业科学院农业信息研究所副研究员朱增勇接受记者采访时说。

10月31日,北京新发地农产品批发市场白条猪批发均价为48.26元/公斤,比10月1日的31.5元/公斤上涨53.21%。在供需博弈之下,近期全国生猪、猪肉价格持续上涨态势。

猪价高企对需求已产生明显的抑制作用。专家调研发现,由于成本上升,消

费者开始调整菜谱,转而选择其他肉类。

8月份以后,北京企事业单位食堂猪肉采购量环比下降了30%左右;10月份以后,居民消费各环节猪肉库存下降近30%。

不过,朱增勇也透露了3个好消息。第一个好消息是,各地补栏产能积极性明显提高,可望带动生猪产能逐渐恢复。9月份以来,随着有关部门扶持生猪生产各项利好政策落地,养殖户补栏产能的积极性明显提高。农业农村部数据也显示,下半年规模猪场已经有产能恢复迹象。截至目前,已经有20多个省份出台了支持生猪生产政策。在政策支持下,近期规模猪场生产恢复较快。全年出栏5000头以上的规模猪场9月份生猪存栏环比增长0.6%,其中能繁母猪存栏环比增长3.7%。

猪肉产量的恢复,9月份猪肉产量环比增长10%,其中仔猪猪、母猪猪、育肥猪产量环比分别增长12.7%、8.7%和9.1%。从不同地区来看,9月份东北和西北等地区产能恢复明显,辽宁、山东、黑龙江、河北、山西、甘肃、吉林等地生猪和能繁母猪存栏环比明显增长。尤其是东北和山东等主产区,8月份生猪和能繁母猪存栏已经开始环比增长,可望带动四季度生猪产能从下滑转向全面企稳。

第二个好消息是,猪肉国内各库存保持较高水平。除国家储备肉外,各地区冻品库存保持较高水平,部分地区甚至还在9月份增加了库存量。东北地区库存量仍在50%以上,华东在35%至40%之间,华中地区库存量7月份甚至增加了4个百分点,西南地区9月份猪肉存增量增加4个百分点。

第三个好消息是,猪肉内肉进口增加。今年全球主要猪肉和牛肉出口国产量增加,带动猪肉内肉出口贸易量明显提升。今年前三季度,我国进口猪肉132.6万吨,同比增加43.6%;进口牛肉113.2万吨,同比增加53.4%。适度增加猪肉内肉进口,有利于缓解近期猪肉供需紧张局面。

由于猪价持续上涨,不少养殖户存在惜售心理。监测数据显示,10月份山东等主产区猪肉出栏量甚至由常态下的120万头左右提升到140万头以上。鉴于后期中央及地方两级储备肉还将继续投放,猪肉进口和牛肉进口均显著增加,在政策利好、疫情稳定以及行情带动下,后期猪肉价格涨幅将回落。朱增勇建议养殖户及时出栏锁定养殖利润,避免集中出栏错过市场行情。据新华社

■记者观察

没有商业模式创新的网上卖房走不远

网上卖房的新一轮造势,虽然引发了社会各界关注,但业界对其的评论却褒贬不一。

持乐观态度的人认为,若马云、刘强东等巨头将电商卖房的模式重新打开,未来房产销售中将从业员流失至少消失一半。但持悲观态度的人则认为,这一轮房企和几大电商巨头在“双

11”的造势,纯属蹭流量、玩噱头的广告行为,在没有任何商业模式创新且脱离实体经济和专业线下服务的前提下搞“网络卖房”,很难走得远。

就目前的情况来说,除了苏宁外,其他电商巨头在全国各地都没有足够的门店网络可能去支撑这种服务,因此,就算线上的广告投放、导购引流再怎么精准,没有专业的线下服务与之配合,也不太可能促成高效率的交易。或许正是因为这个原因,苏宁目前已经与我商家等中介机构合作,试图在现有的商业模式中杀出一条血路。除此以外,苏宁自身的门店也可能成为拓展线下服务的一种可能。譬如恒大即表示将借助苏宁易购门店和苏宁小店,进行线下渠道拓展,而苏宁易购渠道销售团队的16万员工,也将通过恒大的恒房通平台成为恒大的销售顾问。只不过,卖家的规则与房屋中介的网络平台不一样,未来怎么去根据新的业务方向作资源调配和服务升级,也是一个未知数。

至于阿里拍卖和京东拍卖等电商平台,一直是国内司法机构处置不良资产的渠道,其适用的规则仍然是法院强制司法拍卖适用的那些老办法,只是把原本在线下组织的活动搬到了网上,这与一般意义上的电商有两回事。除此以外,在司法拍卖平台上出售的不良资产,虽然产权比较明晰,有法院判决书的交易亦不存在交易安全担忧,毕竟这类房产曾经经过法院诉讼程序,与我们平时面对的二手房有些不同。购房者稍不注意,很可能就会卷入麻烦中。南方不良资产经营管理(广东)有限公司联合创始人兼副总经理林旭提醒消费者,进入司法拍卖的房产虽然一般起拍价比较低,且部分房产在强制拍卖时,可能还存在被原使用者占用或租用,或者存在大量欠账物业、水电等有关费用的情况,如果消费者在参与拍卖前没搞清楚,很可能卷入新一轮的法律纠纷,或将背上额外的经济负担。

据新华社