

消费视窗

政策措施持续发力 新型消费前景看好

服务消费稳步恢复

林丽鹂 周海翔 毕钰

核心阅读

上半年,随着统筹疫情防控和经济社会发展成果得到持续拓展和巩固,服务业经济延续稳步恢复态势,市场预期持续向好。餐饮消费加快恢复,国内旅游人数快速回升,零售、文体娱乐行业发展较快。形式多样、内容新颖的新型服务消费,成为消费增长的新动能。

消费人气旺

休闲娱乐、旅游、餐饮等消费市场日趋活跃



务业,也出现稳步恢复的态势。”中国人民大学副校长刘元春说。

市场主体稳

政策红利持续释放,增强企业发展信心

“现在店里热闹多了,炒软兜、炝虎尾、精品鳝糊等经典菜销量也明显增加,每天至少要卖出去近千条鳝鱼。”北京同春园饭店副经理王鸿庆说,“相关部门对同春园饭店实行免征增值税、免费发放抗疫物资等扶持政策,大大节约了饭店的成本,帮助我们渡过难关。”

“保住市场主体,就能保住就业,有就业就有收入和消费,就能推动经济增长。相关部门运用市场化手段,集中政策资源直接帮扶市场主体特别是中小微企业和个体工商户走出困境。”美团研究院院长朱有为说。

“进一步减税降费,减轻企业负担。3月,财政部、国家税务总局发布了关于延续实施应对疫情部分税费优惠政策的公告,关于继续支持个体工商户复工复产增值税政策的公告,持续释放政策红利。国家税务总局强调,各级税务机关要全面落实落细税费优惠政策,充分释放政策红利,切实减轻市场主体负担,巩固和拓展减税降费成效。”

各地也纷纷出台有针对性的扶持政策。以沈阳为例,出台《沈阳市稳定市场主体若干政策措施》,结合不同行业的特点,综合运用补贴、贴息、信用保函、失业保险返还等多种支持方式,在确保公平的基础上,尽可能覆盖更多市场主体,经初步测算,可为企业减负约10.3亿元。

——持续发力促消费,拓展企业客源。“刚在‘大众点评’上线门店促销活动,很快就全部卖完了,让更多消费者知道了我们小店。”存记士多大排档的负责人李陆荣说。广州市相关部门与互联网平台联合推出的消费券、直播大促销等活动,有效推动了当地餐饮行业的复苏。

放眼全国,不少地方通过多种方式推出消费券,刺激消费、激活消费市场、提振消费信心。“政府部门补一点,平台贴一点,企业让一点”,秉承这一原则,“北京消费季”累计发放餐饮购物消费券、智能产品消费券和餐饮外卖消费券3900万张,实现销售额135.2亿元,助力相关服务行业逐渐恢复并提质扩容。

——疫情防控不松懈,企业信心更强。笔者走访北京朝阳区朝阳公园路上的华联超市时,看到人来人往井然有序,顾客们佩戴口罩、入场消毒。消费者齐艳丽说:“我已经接种了两针疫苗,来这里消费很放心。”商场负责人告诉笔者,“上半年商场交易明显活跃,5月份后商铺需求加大,目前已无剩余商铺,商户们普遍对未来充满信心。”

7月5日,中国人民银行发布的企业家问卷调查报告显示,二季度企业家经营景气指数为59.6%,比上季度提高3.3个百分点,比去年同期提高16.9个百分点。盈利指数为60.7%,比上季度提高7.6个百分点,比去年同期提高11.1个百分点。

新增动能足

形式多样、内容新颖的新型服务消费,成为消费增长新动能

“随着一系列促消费政策效应的释放,服

务业新动能会进一步集聚,市场景气度会持续上升。”戴斌说。

——品质消费受青睐。“平常大人忙工作,孩子忙学习。这次全家出去玩,在旅行社报了私家团,挺省心!”上海静安区居民邹明明现在更青睐定制游。

“目前消费者对安全、高品质出游有了更高要求,定制旅游表现出供需两旺的增长势头。”孙浩介绍,接下来携程将做大定制旅游业务,满足游客持续增长的高品质旅游需求。

——数字服务受欢迎。过去同春园饭店一直专注于线下堂食,线上销售体系不完备。王鸿庆说:“疫情防控期间,我们充分利用互联网平台,积极拓展线上业务,不仅开展外卖业务,还带着师傅们一起做直播推广菜品。外卖营业额占总营业额的比重从以前的2%至3%提高到现在的8%至9%。”

专家表示,疫情改变了人们的生活和工作方式,直播带货、线上消费成为非常强劲的增长点。线下企业应当积极应对这一趋势,更好地借助线上渠道开展经营。

——内容升级受关注。服务业新业态发展活跃。在“双品网购节”“消费促进月”等促销活动带动下,各地引导线上线下深度融合,塑造消费新业态新模式,提升消费智能化水平,激发消费新动能。美团对线下商户的研究数据显示,亲子类体验式主题景区持续走俏,相关服务消费受到“90后”“00后”等年轻群体的喜爱。

业内人士表示,随着我国服务消费比重超过商品消费,服务消费市场已成为扩大消费的主战场。形式多样、内容新颖的新型服务消费,正在成为我国消费增长的新动能。

上图:消费者在湖北宜昌一家餐饮门店排队点餐。 人民视觉

市场漫步

在定价、交易、售后等全流程实现标准化、规范化,让买卖双方放心,推动二手商品健康有序流通起来

国家发展改革委日前发布《“十四五”循环经济发展规划》(以下简称《规划》)明确提出,完善二手商品流通法规,建立完善车辆、家电、手机等二手商品鉴定、评估、分级等标准,规范二手商品流通秩序和交易行为。

如今,我国人均GDP已突破1万美元,在物质文化生活水平大幅提升的同时,人们对日常商品的更换频次也在加快,闲置商品数量增加;另一方面,随着绿色消费和共享消费理念普及,消费者愿意购买功能完好、损耗较少的二手商品。此外,电子商务和物流体系的不断完善也为闲置商品供需对接、流通交易创造了有利条件。据测算,2020年我国二手闲置商品交易额已超1万亿元,在线二手交易用户规模超过1.8亿人次,“90后”“00后”等年轻消费群体成为闲置商品交易的生力军。

二手商品交易变闲置为循环,变浪费为消费,具有很高的环境效益。规范发展二手商品市场,对消费者而言能够提高商品使用效率,减少浪费,对经济社会发展而言,有利于推进资源节约集约循环利用,促进生态文明建设,可谓一举多得、利在长远。然而,实现二手商品市场规范发展还存在一些问题亟待解决。

在商品性质上,与一手商品不同,二手商品属于非标准商品,外包装完整程度、商品使用损耗情况、购买渠道、商品真假等状况各有不同,导致商品价格衡量难以统一标准,多由买卖双方自行协商决定。

在交易性质上,一手商品交易主要发生在消费者与商家之间,商家信息与商品情况比较透明,交易规则、秩序健全规范。而二手商品交易大多发生在个人之间,买卖双方存在信息不透明、不对称问题,这就给一些人提供了钻空子的机会,出现一些到劣商品与卖家承诺不符等情况,交易达成的信用成本较高。

综合起来看,信任是二手商品交易中的关键因素。只有在定价、交易、售后等全流程实现标准化、规范化,让买卖双方更放心,才能让二手商品健康有序流通起来。

当前,线上已成为二手商品交易的重要渠道。如何提供规范的线上交易程序,保护双方合法权益,是推动二手商品交易的重点。《规划》明确提出,强化互联网交易平台管理责任,加强交易行为监管,为二手商品交易提供标准化、规范化服务,鼓励平台企业引入第三方二手商品专业经营商户,提高二手商品交易效率。此外,在线下二手商品市场发展方面,《规划》提出,推动线下实体二手商品市场规范建设和运营,鼓励建设集中规范的“跳蚤市场”。

二手商品市场是一片前景广阔的蓝海,亟待完善法律法规,健全行业标准,加强市场监管。期待相关部门、企业和消费者共同努力,让家家户户的闲置商品都能规范地“动”起来,实现“闲置有价值,消费不浪费”,助力绿色低碳发展。

市场资讯

市场监管总局整治涉企不合理收费

本报电 国家市场监督管理总局近日召开下半年涉企收费检查动员部署会,明确将聚焦水电气暖、商业银行等重点领域,着重治理不合理收费、优惠政策落实不到位、违反政策规定转嫁成本以及强制收费、只收费不服务等问题。

据介绍,今年年初,市场监管总局部署开展“治理涉企收费 减轻企业负担”专项行动,并分两个半年开展交叉检查。截至6月15日,全国市场监管系统共检查涉企收费单位4.49万家,曝光10起行业协会违规收费典型案例,发现涉嫌违规收费金额12.89亿元,已退还企业5.13亿元、罚没1.75亿元。(林丽鹂)

上半年中国供销集团棉花经营量稳健增长

本报电 中国供销集团所属中棉集团公司日前披露的数据显示,今年上半年,中棉公司棉花经营量呈现稳健增长态势,棉花经营量达137万吨,同比增长41.3%,创历史最好水平。

近年来,中棉公司创新大宗农产品经营模式,以郑州商品交易所期货场内定价为基准,在棉花价格上涨时不捂盘,在棉花价格下跌时不惜售,截至今年6月底,通过平台化模式累计销售棉花50多万吨,服务22个省份近1500家客户,为下游纺织客户稳定了原料供给,发挥了保障国内棉花市场供给和稳定市场价格的“稳定器”作用。(齐志明)

在快餐市场所占份额已超过85%

中式快餐发展进入快车道

袁远

区域化转变。今年一季度,中式快餐在快餐市场中所占份额已超过85%,而西式快餐不足15%。

“高品质是中式快餐赢得市场的关键。”中国饭店协会会长韩明表示,特别是在北京、上海、广州等一线城市,消费选择多,市场竞争激烈,不少中式快餐店从改良食材和原料入手,努力提高餐品制作的标准化、规范化水平。

“和府捞面以1斤骨头做出3碗汤作为产品核心主张,配以18味药材慢熬8小时。”

江苏和府餐饮管理有限公司相关负责人告诉笔者,2013年,该公司开出第一家门店,目前已在全国开了140余家直营门店。在大连喜家德水饺餐饮公司,为保证餐食品质,包饺子用的虾仁需要手工挑选3次,韭菜要经过9道工序加工,鸡蛋要经过245秒的低温精炒。目前,喜家德水饺全国连锁店已达230家,遍布8个省份的46个城市。

相较于中式快餐,西式快餐具有品牌化、标准化的优势。为了提高生产效率、提升管理效能,很多中式快餐公司重视向西式快餐

学习。西贝莜面村曾因菜品种类过多,严重影响了发展速度和经营效率。后来,西贝学习西式快餐的做法,坚决精简品类,现在店内的菜品加上饮品,总量不超过60个。通过精简菜品,一方面降低了食材采购和管理难度,另一方面增加了单品的采购率,提升了供应链效率。

韩明表示,疫情防控期间,消费者对于食品安全的重视程度远远超过以往,餐饮消费行为也会变得更加谨慎,这对中式快餐企业来说既有机遇也有挑战,“中式快餐企业要努力提高管理效率和服务体验,让中式快餐行稳致远。”

消费万花筒

本版责编:林丽鹂