

消费视窗·聚焦消费升级新趋势①

模仿型、排浪式消费加快向个性化、多元化消费转变——

满足细分需求 激发消费潜力

林丽鹂 蒋雯菁

中央经济工作会议提出,实施好扩大内需战略,增强发展内生动力。促进消费是扩大内需的重要内容,对加快构建新发展格局意义重大。如今,随着居民收入稳步提高、消费观念逐步改变,人们更加青睐个性化、多元化、特色化的产品和

服务。如何顺应消费升级趋势,持续增加优质供给,是促进消费的重要课题。近日,记者走近部分企业和消费者,深入观察当前消费市场的新特点、新动向,进一步探寻促进消费持续增长的新方法、新路径。——编者

核心阅读

当前,消费市场运行稳中有升,消费升级趋势明显,不同年龄、不同地区、不同偏好的消费者呈现出日益多元、细分的消费诉求。要更精准地满足不同消费群体的消费需求,促进消费持续恢复

消费需求更加细分 一些消费群体在拉动消费方面作用更加明显

“小到瓜果蔬菜,大到家用电器,我基本上都会在网上买,很多购物软件我都会用”,刚刚退休的广东潮州市湘桥区凤新街道居民雁翎说,“不仅是消费方式变了,更重要的是消费观念变了。”

现在,许多退休老人更加注重追求生活品质。清华大学心理系博士蔡浏阳说:“他们愿意接触新消费渠道,加之经济负担减轻,会产生消费补偿心理,更舍得花钱。”

除了退休老人,还有新手爸妈、小镇青年,消费人群更加细分。随着模仿型、排浪式消费向个性化、多样化消费转变,这些消费人群在拉动消费方面的作用更加明显。

“我最喜欢收集一些动漫人物的手办(收藏性人物模型玩具)。”22岁的广东深圳市南山区居民林宇说。天猫发布的数据显示,手办、潮鞋、电竞、摄影等是95后年轻人中热度较高的爱好。

“买完奶粉、纸尿裤,也给自己挑个流行色号的口红。”黑龙江哈尔滨市居民范岚岚趁着电商平台“年货节”买了不少东西。艾瑞咨询发布的《2020年中国互联网母婴新生代研究报告》显示:90后、95后成为母婴平台的主流用户,占比超65%。除了购买食品服装、日化用品等实物商品,新手爸妈们对幼儿教育、专业早教等服务消费的需求也日益增长。

贵州毕节市金沙县桂花乡马坎组的罗怀艳是一名典型的小镇青年,她每个月都要拿40元购买音频分享平台喜马拉雅的有声书,目前累计收听时长已经达到3183小时。有媒体调查显示,小镇青年不仅对性价比高的商品感兴趣,也愿意投入到自我提升的学习中,其中73%的人参加过技能培训课程,43%的人主动购买过付费课程。

“自热小火锅、单人电饭煲……”这是24岁的海南海口市琼山区居民张小雨的购物清单。一人食、单身定制游、半份菜等成为时尚,餐饮、小家电等诸多行业都瞄准潜力巨大的年轻单身群体,不断推出新的产品和服务。

雁栖湖公园、798艺术区、环球度假区……近日,“2021北京网红打卡地推荐榜”正式发布。此前,江苏、四川等地的文化和旅游、商务部门等政府机构也纷纷发掘本地新特色,探寻本地新地标,系统推广优质文旅产品。

旅游爱好者朱女士喜欢约朋友一起去网络热门景区“打卡”,她说:“不少景区很有特色,每次去都有新感受。”在这些景区中,既有风景优美的自然景观,也有现代时尚的人文设施。有研究机构认为,这些网络热门景区有几个共同特点:具有美感,满足游客多种拍摄角度和拍摄意境需求;突出个性或某种特殊的文化特质,满足游客



市场供给加快创新 小众化、定制化商品和服务前景看好

“前两天我找老师傅定制了一个手工茶盏,作为送给妈妈的生日礼物。”山西太原市一家新媒体运营公司员工齐齐酷爱小众商品,对她来说,一个工业流水线生产出来的大众化茶盏无法表达自己对母亲特殊的情感,“还是手工定制的产品能实现自己的一些设计想法,也更有质感、韵味。”

时下,我国消费升级趋势越来越明显。过去以单一的性别、年龄、收入等指标对消费人群进行分类的方法已难以精准反映消费者的需求,小众化、定制化消费应运而生,相关企业应瞄准需求变化,不断提升供给能力。

“一般超市里婴幼儿食品都有好几个货架,老年食品却往往只有一两层,种类很少。老年豆粉、老年奶粉……在我看来都差不多。”今年65岁的上海静安区居民杨成想给自己买点零食,却在超市里找不到适合自己的产品。

专家建议,随着我国人口老龄化程度加深,应针对老年群体进行专门的食物研发,注重提供老年人需要的营养元素,比如膳食纤维、钙、抗氧化剂等。此外,品种应尽量多样化,口味也应更丰富,一些零食如海苔、坚果、蜜饯、肉干等,可以专门针对老年人群进行开发。

“旁边就是儿童游乐场,酒店里面有温泉,这个亲子酒店挺适合带孩子来放松两天。但一个房间一晚上1400多元,有点贵,春节期间房价翻倍,更是消

费不起。”北京朝阳区居民张立说。

“几百元的亲子酒店也有,但多数没什么亲子娱乐设施,住住就是房间里放了一顶小帐篷而已。”张立家有俩小孩,出行游玩基本都要订亲子酒店,“虽然近两年亲子酒店多了起来,但适合大众消费的高品质亲子酒店还是比较少。”

近年来,随着生育政策的调整,高性价比的亲子酒店市场潜力巨大。专家建议,亲子酒店的设计应充分考虑孩子好动、好奇等特点,在硬件设施方面注重完善安全保障,在软件服务方面注重推出更符合儿童特点的亲子娱乐活动,从而形成更加完善的亲子综合服务体系。

供需匹配更精准 瞄准消费细分需求进行供给侧结构性改革

消费细分化的趋势显而易见,但细分市场的商机并不好抓。传统制造业的批量化、标准化生产,传统服务业的大众化、流程化服务,都难以满足消费者日益个性化、多元化的需求。

“当前,消费升级是主流,消费细分是常态。老百姓对于产品和服务有什么需求,供给侧就要想办法去满足。对于企业来说,认清趋势、抓住机会是关键。”如是金融研究院院长管清友说。

消费数据不具备制造能力,但它知道应该制造什么。无论是全球知名品牌,还是广大中小企业都应有用户思维、互联网思维,才能生产出满足消费升级和消费细分趋势的产品和服务。

中国贸促会研究院副院长赵萍建议,

企业应注重利用消费大数据对市场进行细分,从购买频次、消费习惯等维度入手,更精准地描述消费者行为特征,更准确地勾勒消费者“画像”,从而更好地把握市场需求。

——产品特色应更足。2021年“双11”购物节期间,美的智能小电器在全网销售中赢得了年轻消费群体的青睐,其中00后贡献的销售额达2.9亿元。美的电器相关负责人表示:“智慧多头电磁炉、免手洗智能破壁机等都是我们在了解年轻用户需求之后研发的产品。”

赵萍认为,企业应通过精准研发、精益生产和精准营销来提高对消费需求的满足程度,不仅要善于利用大数据来分析市场,更要优化供应链,提升反应速度,通过及时地开展研发、生产和营销抓住市场机遇。

——服务效率应更高。以家政服务业为例,一部分消费者不仅需要常规的上门打扫服务,对个人生活空间的舒适性也提出了更高要求。为满足这一市场细分需求,整理、护理、管家等专业化家政服务模式已经出现。

更好满足这些细分需求,离不开行业管理、组织效率的提高。专家建议,服务业要通过云计算、大数据等技术实现供需精准对接,优化内部管理流程,有效提升经营管理效率。

消费者的新需求,就是对行业提出的新要求。当前,个性化、多样化消费成为重要趋势,相关行业企业须沉下心来,敏锐而准确地把握细分需求的种种特征,进行供给侧结构性改革,促进企业自身发展,更好满足人民日益增长的美好生活需要。

上图:儿童消费市场加速细分,共享儿童玩具车这种新型消费方式在不少城市流行。图为近日在重庆融创茂购物中心,消费者在扫码取用共享童车。 人民视觉

力,最终要靠景区景观质量与服务。旅游主管部门应引导景区进行合理规划,加强基础设施维护管理,提升接待能力;在软件方面,应优化服务咨询、投诉回复等流程,建立游客服务评价反馈机制。

中国人民大学创意产业技术研究院副院长宋洋洋认为,网络热门景区发展不能单纯看流量数据,应注重文化内涵和产品质量,提升服务水平是关键。

消费万花筒

市场漫步

我国已进入新发展阶段,人民群众对高品质消费品和市场主体对高质量物流服务的的需求加速迸发。要着力打造消费品双向冷链物流新通道,更好满足人民日益增长的美好生活需要

从赣南脐橙到寿光萝卜,从平遥牛肉到查干湖胖头鱼……如今,越来越多的农产品与生鲜食品保质保量地抵达老百姓餐桌,大大丰富了人们的消费选择,这离不开冷链物流的护航。前不久,国务院办公厅印发《“十四五”冷链物流发展规划》,对建设现代冷链物流体系作出全面部署,为冷链物流高质量发展按下“快进键”。

近年来,得益于我国肉类、水果、蔬菜、水产品、乳品、速冻食品和生物制剂、药品等冷链产品市场需求的快速增长,以及营商环境的持续改善,国内冷链物流实现较快发展。但是,由于发展起步较晚,我国冷链物流的跨季节、跨区域调节农产品供需的能力仍然不足,特别是发展不平衡不充分问题突出,覆盖全国的骨干冷链物流网络尚未形成,高效服务于工业品下行、农产品上行的冷链物流通道有待做深做实。

我国已进入新发展阶段,人民群众对高品质消费品和市场主体对高质量物流服务的的需求加速迸发。要着力打造消费品双向冷链物流新通道,切实带动农业产业化发展和农民增收,减少农产品产后损失和食品流通浪费,扩大高品质市场供给,服务城乡居民消费升级,更好满足人民日益增长的美好生活需要。

应着力畅通高品质农产品上行通道。要适应现代农业规模化、产业化发展趋势,大力发挥冷链物流对高品质农产品生产、流通、减损的支撑保障作用,在产地就近建设改造集配中心、冷库、产地仓等设施。比如,“十四五”期间,供销系统将按照“一个中心带动N个田头保鲜仓”的模式,在农产品主产区重点布局600个县域产地农产品冷链物流中心,提高农产品采后商品化处理 and 错峰销售能力,让好产品卖上好价格。

应着力完善高品质生鲜消费品下行通道。要抓住新型城镇化建设机遇,推动冷链物流网络向中小城镇和具备条件的农村地区下沉,优化县域地区终端零售网络“冷环境”。支持升级改造连锁超市、农贸市场等零售网点,完善终端销售冷链配套设施;引导农产品流通企业加强供应链建设,完善产地仓、中心仓、前置仓等冷链设施,线上线下相结合促进冷链流通。鼓励供销社、邮政快递、交通运输、电商企业等共建共用冷链物流设施,提高冷链资源综合利用效率,扩大优质消费品供给。

应着力推动城乡冷链物流双向融合。要鼓励大型生鲜电商、连锁商超等企业统筹建设城乡一体冷链物流网络,加大对中小城镇和农村冷链物流设施建设投入力度,加强城乡冷链设施对接,打造“上行下行一张网”,促进城乡冷链物流双向均衡发展。

《“十四五”冷链物流发展规划》提出,到2025年,初步形成衔接产地销地、覆盖城市乡村、联通国内国际的冷链物流网络。相信通过多方面协同推进,我们将有效推动冷链物流形成网络规模经济效应,拓展冷链物流服务网络,在支撑农业规模化产业化发展、促进农业转型和农民增收的同时,更好满足城乡居民个性化、品质化、差异化消费需求,助力形成强大国内市场。

市场资讯

中国供销集团全力保供稳价

本报电 春节将至,为守好百姓的“菜篮子”“米袋子”,中国供销集团所属新合作商贸连锁集团公司严抓疫情防控,畅通进出货渠道,全力保障居民生活物资供应,切实保供稳价。

天津新合作物流公司与当地防控办、天津市商务局积极沟通,加班加点整理大量白菜等蔬菜送往市场;新合作邻里商业(天津)老菜道菜市场,直接对接武清区两大蔬菜种植基地,组织商户到基地现场采购并免费提供蔬菜储存仓库,满足附近居民的需求。新合作邻里商业河南公司加强重点民生商品备货,畅通物资运送;平顶山新合作公司积极联系货源,保证生活必需品的供应,还充分利用供销臻选小程序、美团外卖等线上购物平台,为顾客提供无接触配送到家服务。陕西新合作公司被西安市商务局确定为市场保供第一批重点企业,疫情防控期间公司全力保障商品供应。(王昕)

首届长城文化发展论坛举办

本报电 首届长城文化发展论坛近日在辽宁丹东市举办。本次论坛由国家文化公园建设工作领导小组办公室指导,辽宁长城国家文化公园建设工作领导小组办公室、丹东市政府主办,旨在促进做好长城文化价值挖掘和文物遗产传承保护工作。论坛发布《弘扬长城文化 共铸文明脊梁》倡议书,倡议各地积极依托本地长城遗迹遗址、文化文物资源,认真组织研究发掘,不断深化对长城文化的认识,形成有分量、有价值的科研成果。(王珂)

本版责编:齐志明

“网红”景区谋发展,提升服务是关键

杨翔宇

彰显品位的需求;提供不同的游览体验,满足游客新鲜感和参与感等。

景区是展示城市活力和时尚消费的都市新窗口,网络热门景区更是如此。比如,河南洛阳老君山景区重视营销推广,开展全员短视频创作。曾经,一场冬雪让“老君山山顶”火遍全网,抢占短视频热搜榜首,视频曝光量达5亿多次,一时间客流量

堪比黄金周,出现“一房难求”现象。不少网络热门景区在线上线下聚集人气,利好区域经济,不过也存在一些问题。

有的景区一味靠网上推广吸引眼球,配套设施建设严重不足,缺乏专业化管理服务,“一到节假日停车场堵半小时,排队上厕所又半小时”,旅游体验较差。网络热门景区要想对游客形成吸引

力,最终要靠景区景观质量与服务。旅游主管部门应引导景区进行合理规划,加强基础设施维护管理,提升接待能力;在软件方面,应优化服务咨询、投诉回复等流程,建立游客服务评价反馈机制。

中国人民大学创意产业技术研究院副院长宋洋洋认为,网络热门景区发展不能单纯看流量数据,应注重文化内涵和产品质量,提升服务水平是关键。

消费万花筒