

消费视窗·稳住消费基本盘②

加强品牌建设 增加优质供给 促进创新发展

供需两端发力,推进实物消费提质升级

本报记者 齐志明

核心阅读

实物消费不仅构成居民消费的重要内容,而且对经济循环的牵引带动作用突出。推动实物消费提质升级要从供需两端发力,坚持创新驱动,提高供给质量,扩大有效供给,努力实现更高水平的供需动态平衡

推动农产品品种培优、品质提升、品牌打造和标准化生产

“大家好,我是老鲁,这是我们村里生产的‘老家红薯粉丝’……”江西鹰潭市余江区平定乡洪桥村党支部书记鲁亮海正在视频直播间推介村里的特色产品,他说:“自从商品有了品牌,销量增加了不少。”

2017年底,洪桥村成立亲农果蔬专业合作社,引进国内先进的红薯深加工生产线,注册品牌“老家红薯粉丝”。前两年,“老家红薯粉丝”成功入选全国名特优新农产品名录。“今年合作社红薯粉丝年销售额预计达60多万元,村集体经济收益16万元左右。”鲁亮海说。

余江区农粮局局长徐志敏介绍,近年来,余江大力发展无公害农产品、绿色食品、有机食品和农产品地理标志(即“三品一标”),精心培育农产品品牌,加大科技开发力度、开展精深加工。目前已获得绿色农产品认证百余个。

去年6月,商务部、农业农村部等17部门联合发布《关于加强县域商业体系建设促进农村消费的意见》,要求提升农产品供给质量,实施农业生产“三品一标”提升行动。

中国宏观经济研究院对外经济研究所副所长王蕴认为,适应消费结构升级趋势,增加绿色优质特色农产品供给,重点就是要推动品种培优、品质提升、品牌打造和标准化生产。

去年12月,中国农技协推动广西武鸣沃柑科技小院与淘菜菜结成产销联盟,共建“淘菜菜农场”。借助淘菜菜的数字化能力,武鸣沃柑科技小院实现产销链条数字化分级流通,可以将刚采摘下来的沃柑按照果品标准分拣,智能记录每一颗果实的去向。截至去年底,通过数字化产销体系建设,武鸣沃柑科技小院所依托的嘉沃农业专业合作社种植沃柑面积达3万亩,当季新果产量超1亿斤。

国务院发展研究中心农村经济研究部部长叶兴庆认为,农产品具有非标、易损等特点,需要大力促进农业标准化生产,提升全产业链数字化、智能化水平,提升农产品品质,打造农产品特色。

商务部发布的商务大数据监测显示,一季度全国农产品网络零售额1300.9亿元,同比增长11.2%。

增加优质供给,畅通产销对接,引领创造更多消费新需求

推动消费持续恢复,需要积极推进实



江苏淮安一家商场内,陶泥店主正检查陶瓷花瓶。

赵启瑞摄(影像中国)

物消费提质升级。

“空间又大又舒适!”湖北省武汉市居民胡爱玲前一晚购买了智慧电动汽车“问界M5”,对空间、配置很满意,“我家有两个男孩。以前家里的四座车不太够用,现在新车后排三座舒适宽敞,后备箱空间也大,能装一家子露营所需的各种东西。”

今年4月,国务院办公厅印发的《关于进一步释放消费潜力促进消费持续恢复的意见》提出,支持研发生产更多具有自主知识产权、引领科技和消费潮流、应用前景广阔的新产品新设备。汽车、电器、电子设备等产业集聚众多科技创新要素,体现智能、绿色、健康等消费新潮流,将引领和创造更多消费新需求。

近年来,我国汽车产业转型升级,新能源汽车市场进入快速增长的新阶段。中国汽车工业协会发布的数据显示,2021年,我国新能源汽车销售352.1万辆,同比增长1.6倍,市场占有率达到13.4%。拥有19年整车制造经验的小康股份,正加大新能源汽车型技术研发,完善销售渠道建设,布局新能源汽车产业,其自主研发的整车技术平台,可运用于全尺寸各级别轿车、SUV及MPV车型的开发。

“未来企业的竞争将集中在核心技术能力的比拼。只有坚持创新驱动发展,才能在激烈的市场竞争中占据优势。”小康集团轮值董事长张正萍表示,公司将汽车核心技术及关键零部件生产技术掌握在自己手里,结合行业趋势和消费者需求,加大电池、电机、电控技术等领域研发,每年研发投入占销售收入的比例超过10%,拥有近3000项专利技术。

当前,消费需求逐渐呈现多元化、个性化趋势,定制产品越来越受青睐,青少年专属食品、低糖电饭煲、长辈智能手机等定制类产品不断涌现。

每天清晨,位于江西南昌市青谱区的江西阳光乳业股份有限公司生产车间,

工人们熟练地操作生产设备,灌装成品鲜奶。一瓶瓶牛奶经过杀菌、装箱后进入库房,第一时间配送到市民的餐桌上。

作为一家高科技乳企,阳光乳业在抓住新一代消费群体、增强产品多样性上下了不少功夫。“通过对线上线下全渠道数据进行综合分析,我们对细分人群的口味、偏好等有了更精准的把握,根据调研结果调整和改善研发和生产,生产了更多适销对路的新产品。”阳光乳业市场部部长陈晓晓说,公司研发的“屏眼宝”发酵果蔬乳酸菌饮品含有乳酸菌发酵β-胡萝卜素、叶黄素、益生菌等营养成分,深受追求健康饮食的消费者喜爱。

“推进制造业产销对接,需要加速打造智慧供应链,实现上下游物流、信息流、资金流、商流互联互通,及时满足市场各种需求,提前预判各地市场变化,以更加个性化设计、柔性化生产迎合市场的多样化需求。”星图金融研究院高级研究员付一夫说。

适应新消费方式,提升品牌价值,激活老字号创新发展活力

目前,商务部认定了1128家“中华老字号”,这些品牌平均拥有160年以上的历史。近年来,我国老字号发展活力不断增强,品牌影响力持续提升,2020年,近75%的中华老字号企业实现盈利。但同时,面对市场新变化,一些老字号也面临创新能力不够、发展水平不高等问题。

《“十四五”现代流通体系建设规划》提出,构建老字号保护传承创新发展的长效机制,支持企业加快适应新消费方式,改善商品质量和服务水平,提高品牌价值。今年3月召开的全国促进老字号创新发展工作会提出,要抓好老字号创新发展大会、老

字号数字博物馆、老字号嘉年华三项重点工作,持续增强老字号创新发展活力。随着一系列政策举措落地见效,老字号创新活力不断增强。

跨界融合促发展。一些老字号企业将传统经营方式与大数据、云计算等现代信息技术相结合,升级营销模式。一些电商平台积极设立老字号专区,为老字号企业提供便捷的数字化服务。

今年初,拼多多启动“2022多多新国潮”行动,计划助力1000家国潮品牌、新锐品牌、老字号拥抱新消费。活动期间,张小泉、谭木匠等知名老字号企业走进直播间,向消费者推介老手艺、新产品。自入驻拼多多以来,张小泉年增长均超过100%,并针对平台用户推出多个专供款裁缝剪,销量都突破10万件。过去一年,拼多多上先后涌现出50多个销售额过亿元的老字号品牌。

创新产品和服务谋发展。商务部等8部门印发的《关于促进老字号创新发展的意见》提出,引导老字号企业运用先进适用技术创新传统工艺,研发适应市场需求的产品和服务,提升质量水平。

当前,新国潮服饰、美妆、日用品等受到年轻消费者的喜爱。在潮流购物平台得物APP上,代表国潮的回力、飞跃、凤凰自行车、英雄钢笔等老字号的讨论热度很高。自2020年起,得物APP连续3年举办“得物国潮设计大赛”,引导年轻一代从中华优秀传统文化中寻求设计灵感,促进国潮商品消费。回力和飞跃等品牌多次尝试联名设计,在得物APP上独家推出符合年轻人潮流趋势的系列鞋款新品,受到年轻消费者追捧。

“老字号发展要坚持保护传承和创新相结合。”王蕴认为,要准确把握老字号历史沿革和文化特色,着力完善品牌保护体系,打造文化传承载体,激发企业创新活力,推动新技术新业态新模式发展,多措并举,实现老字号持续健康发展。

市场漫步

切实完善基础设施,增加市场的有效供给,进一步激发县乡消费潜力,为构建新发展格局提供更加有力的支撑

近日,中共中央办公厅、国务院办公厅印发《关于推进以县城为重要载体的城镇化建设的意见》(以下简称《意见》),要求“完善消费基础设施。围绕产业转型升级和居民消费升级需求,改善县城消费环境”,提出了“改造提升百货商场、大型卖场、特色商业街,发展新型消费集聚区”等一系列具体要求,为进一步繁荣农村市场、深挖消费潜力、扩大县乡消费指明了方向。

县乡消费是一片蓝海,是有巨大潜力的消费领域。这些年,我国乡村消费品零售额、农村居民人均消费支出、农村网络零售额均保持快速增长,汽车、家电、数码产品、美妆产品等升级类产品和服务型消费较快增长。1—4月份,我国乡村消费品零售额18213亿元,增长0.4%,稳步恢复的态势没有改变。

从未来发展看,县乡市场的需求潜力仍然很大。我国有2800多个县级行政区、3.8万多多个乡级行政区,县乡人口数量众多。一方面,随着流通基础设施的不断完善,县乡消费者可以更加便利地购买到和大城市里品质相同的商品,从而提高人们的购买意愿,给消费市场注入新动力;另一方面,随着消费观念的更新,消费需求升级提速,家电、家居、汽车等大件商品置换需求不断释放,有望成为县乡消费新的增长点。

与不断增长和升级的需求相比,县乡市场有效供给仍存在短板。一些乡村商业设施尚不发达、商品种类不够丰富、服务水平相对滞后,导致县乡市场有效供给不足,制约消费水平提升。还有一些农村地区地域广阔,农民生活相对分散,物流配送“最后一公里”问题还比较突出。因此,亟须加快创新、完善服务方式,激发消费活力,进一步推动县乡市场扩容升级。

一方面,要进一步完善基础设施。在一些县城、商场、步行街等业态服务水平和人们不断升级的消费需求存在不小差距,导致人气不高,客流较少;在一些农村地区,地区道路、物流、信息服务等基础设施建设仍然相对薄弱。《意见》提出“完善消费服务中心、公共交通站点、智能引导系统、安全保障设施,配置电子商务硬件设施及软件系统,建设展示交易公用空间。”这些举措将有力推动县乡消费基础设施提升,增加县乡市场有效供给。

另一方面,要加快改善消费环境。良好的消费环境是放心消费的保障。在一些县乡市场,假冒伪劣、虚假宣传、价格欺诈等现象时有发生,不仅侵犯了消费者的合法权益,也影响了消费者的消费意愿。《意见》要求“围绕产业转型升级和居民消费升级需求,改善县城消费环境。”消费环境更好,县乡消费者才能更加放心地“买买买”。

当前,受新冠肺炎疫情等因素影响,消费增长受到一定抑制,但也要看到,我国居民消费规模扩大、消费结构升级态势不会改变。切实完善基础设施、增加市场的有效供给,就能进一步激发县乡消费潜力,为构建新发展格局提供更加有力的支撑。

市场资讯

中国旅游日辽宁省分会场活动举办

本报电 由辽宁省文化和旅游厅和营口市人民政府主办、中国旅行社等承办的2022年“中国旅游日”辽宁省分会场活动近日举行。活动以“感悟中华文化 享受美好旅程”为主题,旨在激发文旅消费热情,助力旅游市场恢复和发展。辽宁各地推出多种形式的旅游惠民措施和丰富多彩的活动,包括发放文旅消费券、旅游企业推出打折等惠民措施,公益性文艺演出等文化惠民措施。

近年来,辽宁聚力打造东北亚休闲旅游目的地,推进旅游业高质量发展,优秀文化产品和优质旅游产品不断呈现。培育一批知名度较高的乡村旅游品牌,推出一批以“体验美丽乡村、助力乡村振兴”为主题的乡村旅游线路,5条旅游精品线路入选国家“建党百年红色旅游百条精品线路”。 (王珂)

中消协发布消费者权益保护年度报告

本报电 日前,中国消费者协会发布《中国消费者权益保护状况年度报告(2021)》,这是中消协首次以年度报告形式,全面梳理我国消费者权益保护事业发展进程,客观总结社会各界消费者权益保护工作成绩。

报告指出,党的十八大以来,我国消费者权益保护工作取得了新的突破性成就。在这一时期,修改或制定了《消费者权益保护法》《民法典》等法律,消费者保护法律制度进一步完善;消费者权益行政保护力度持续加大,消费环境改善有序推进;消费者权益司法保护不断加强,消协组织履行公益性职责取得显著成绩。

报告提出了2022年消费者权益保护工作的主要任务,要求继续深入开展放心消费创建工作,让人民群众更好地享有安全放心便利的消费环境;推动《消费者权益保护法实施条例》《产品质量法》等法律制度制定与修改,加紧完善网络消费环境下的相关配套措施。 (齐志明)

本版责编:罗珊珊

巩固消费对经济发展的基础性作用

消费结构升级态势没有改变

荆林波

左右。前4个月,这些领域的商品零售额增长明显放缓。要尽快出台有针对性的政策,有效纾解餐饮业困难,激活汽车消费。新兴消费是消费增长的重要引擎,要加快线上线下消费有机融合,鼓励发展新业态新模式,拓展新场景,挖掘新消费群体需求,培育壮大定制、体验、智能、时尚等新兴消费。

着力提升城市消费,不断扩大乡村消费。城市消费体量大、辐射带动作用强,去年城镇消费品零售额占社会消费品零售总

额的86.6%。要聚焦城市消费需求的升级趋势,通过创新增加有效供给,进一步提升城市消费的热度。乡村消费是一片蓝海,去年乡村消费品零售额占社会消费品零售总额的13.4%,仍有很大发展潜力。要围绕提升乡村消费基础设施,加快健全县域商业体系,进一步激发乡村消费活力。

促进实物消费升级,优化服务消费供给。随着居民收入增长和消费持续升级,我国消费市场的结构发生积极变化,从“实物消费为主”发展为“实物消费与服务消费

双轮驱动”。去年,我国人均服务性消费支出10645元,占居民人均消费支出的比重为44.2%。要进一步健全生活服务消费体系,关注老年人服务消费需求,增强服务供给能力。同时,要进一步完善我国现代消费统计体系,更好体现服务消费在社会消费中的作用,帮助市场主体不断优化供给水平,打造服务消费新增增长点,让消费增长的双轮驱动更加强劲。

(作者为中国社会科学评价研究院院长)

把脉