

消费视窗·激发有潜力的消费

增加优质供给,畅通流通渠道,优化消费环境

下沉市场迸发更大活力

本报记者 齐志明 王伟健

中央经济工作会议提出,推动以县城为重要载体的新型城镇化建设,形成城乡融合发展新格局。

推动城乡融合发展,激发下沉市场消费活力是重要内容。下沉市场是指三线及以下城市、县镇与农村地区的市场,其消费人数占国内全部消费市场的2/3。当前,下沉市场消费呈现哪些特点?如何进一步激发消费潜能?记者进行了调查。

消费升级趋势明显,市场提质扩容空间大

走进江苏苏州市吴江区震泽镇“苏小花田野餐吧”,水乡风情尽收眼底。“我们提供咖啡、意面、甜点、牛排等中西结合的菜品,很受当地人喜欢,每年营业收入保持在1500万元左右。”餐吧老板谭桂芳说。

乡镇和村两级消费市场是扩内需、促循环的关键节点。2023年,各地各部门推出一系列有效举措,充分发挥乡村作为消费市场和要素市场的重要作用,推进乡村全面振兴,推进以县城为重要载体的城镇化建设,推动城乡融合发展,激发下沉市场活力。

创新创业活力释放,广阔乡村大有可为。

33岁的李先知是美团乡镇外卖在东北地区的合伙人之一,入冬后,有时一个乡镇当天订单量就会突破230单。“我要根据不同乡镇的情况来调整运力,满足村镇居民多样化的消费需求。”李先知说。美团外卖大力培养“乡镇外卖合伙人”,帮助不少本地中小商家增收,也促进了乡镇就业。

各地纷纷推出针对性政策措施,强化县域商业人才供给,通过税收优惠、成立孵化机构等做法,推动创新创业活力充分释放。

消费升级趋势明显,市场提质扩容空间大。

2023年4月,湖北省第一家肯德基K-COFFEE(肯悦咖啡)在应城市开业;9月,肯德基K-COFFEE在河南固始县开张;11月,肯德基K-COFFEE咖啡馆和肯德基餐厅在江西上犹县同时开门迎客;12月,肯德基中国门店规模突破1万家。

“我们将加速扩大中国市场的门店规模,让更多县乡居民享受到方便快捷的食物。”百胜中国首席执行官屈翠容说。

除了快餐店、咖啡店,下沉市场中的餐饮、服装、酒店、购物、旅游等品牌日益丰富,不断推动消费升级。

拼多多数据显示,目前,平台绝大部分品类发货时间从72小时缩短至48小时,在售后政策上对老人及偏远地区的消费者进行倾斜。在新疆,拼多多自2023年二季度起与邮政等部门合作,开通新疆包裹中转集运包业务,改善了消费者网购体验。

飞猪数据显示,除传统的机票、酒店、景区门票之外,下沉市场用户的旅游消费类目在迅速扩容,租车自驾游、房车游、精品小团游、研学游等越来越多地成为下沉市场中常见的旅游消费内容。

老乡鸡加速创新商业模式,加强供应链管理,深耕重点城市,加快下沉式发展,目前在全国门店超过1200家,覆盖30多个城市。



湖北咸宁市通城县五里镇程凤村农村寄递物流综合服务点,村民(右)在取快递。

刘建平摄

新供给激发新需求,新模式带来新体验

当前,下沉市场促进消费、扩大投资的有利条件不断积聚,新业态新模式新场景大量涌现,高质量供给创造和引领新需求,释放更大市场活力。

新业态带来新体验。山西太行山深处井底村位置偏远,曾经村里小卖部每周只能送一次货。如今,美团优选自提点进驻,“次日达”深入太行山深处,小村居民生活更便利。美团优选物流相关负责人介绍,美团优选的配送系统在半年内实现了全链路的运转效率提升,商品从大仓到自提点的运输最快只需2小时。

不少地区积极发展零售新业态,鼓励电商平台、大型商贸流通企业在具备条件的县城,对接本地零散的商超、便利店,精准匹配周边消费订单需求,为居民提供高效便捷的服务。

新产品激发新需求。近日,家住重庆市南岸区的戴明海购买了一辆赛力斯蓝电E5插电式混合动力汽车。“一是看中价格优惠、油耗低,适合代步,二是看中七座的大空间,方便我们一大家子出行。”戴明海说。绿色消费理念在下沉市场蔚然成风,新能源汽车走入县乡千万家户。

不少新茶饮企业进军下沉市场。喜茶县城门店达350多家,覆盖290多个县城。

新技术推动新发展。“通过网络购物平台下单买手机,周边10公里的范围内我们都可以‘小时达’送货上门。”江苏连云港市赣榆区海头镇会员店老板王亚说,“2023年

门店销售额提升50%以上。”在汇通达网络股份有限公司和品牌厂商的联合运作下,乡镇数码电子消费品店实现了线上下单、线下配送服务模式升级,业务多了起来。

当前,一些地区大力提升区域数字化服务水平,为企业降低成本、实用性强的数字化转型解决方案,推动数字应用从销售前端向采购、库存、配送等全过程延伸,加快线上线下融合。

加快补齐发展短板,畅通城乡要素流通渠道

“三河的营商环境优良,坚定了我们高质量发展的信心和决心。”近日,在河北三河市门店的开业仪式上,瑞幸咖啡连锁店有关负责人说。

2023年,三河市市场监督管理局大力优化营商环境,充分发挥餐饮行业协会作用,搭建“行业商会+个私协会+金融机构”的交流沟通平台,解决餐饮企业融资难等问题;出台《三河市支持餐饮业高质量发展措施》。目前,三河已引进全国知名连锁餐饮企业6家,开设门店近70家。

“我们不断改善营商环境,优化消费环境,引入众多品牌餐饮企业,不仅提升了县城的消费品质,还为稳就业、促发展注入新动能。”三河市市场监督管理局局长刘学斌说。

各地以渠道下沉为主线,拓展有效投资空间,补齐商业发展短板,推动消费进一步恢复和扩大,下沉市场供需两旺。

加快健全县域商业消费基础设施,提高优质产品与服务供给水平。

一大早,江苏丹阳市司徒镇居民张凯

把车停到了该镇张寺村的充电停车位上,扫码充电后去一路之隔的企业上班。“现在在单位门口就能充电,方便又省时。”张凯说。2023年8月,张寺村动工建设两个充电桩及配套设施,并纳入全市充电桩布点网络。数据显示,2023年1至10月,镇江全市新装13345户,同比增长77.41%。

近年来,各地加快建设改造县域综合商贸服务中心,农村物流配送体系更加健全;充电桩基础设施建设速度明显加快。未来,相关部门将继续加强政策支持,进一步畅通城乡商品、服务和生产要素流通渠道,改善县乡居民生产生活条件。

推动农村电商高质量发展,助力农产品销售和农民增收。

“我们通过产销一体化全链路、数字化供应链体系,助力乡村产业振兴。”锅圈食品(上海)股份有限公司董事长杨明超说。作为社区餐饮零售品牌,锅圈食汇门店超过万家,其中超过七成开设在地级市及以下地区,超过四成开设在县级市和乡镇。借助公司的冷链物流体系和数字化营销系统,云南大关县等地农村的野生笋产品被端上了居民餐桌。

专家表示,要进一步深化“数商兴农”,发展农村网络品牌。鼓励各地充分挖掘农村“土特产”资源,培育一批“小而美”的农村电商特色品牌,拓宽农产品上行渠道。

精准定位,推出更多适销对路的商品。下沉市场消费潜力巨大,空间广阔。专家表示,相关企业可根据下沉市场特征,推出定制化产品。开展消费数据分析应用,引导生产厂商为农村市场生产更多适销对路的商品。鼓励组建县域零售商采购联盟,集中向生产厂家、品牌供应商采购商品,提高商品品质,降低采购成本。

市场漫步

既要注重发挥传统产品新优势,也要壮大新能源汽车、锂电池、光伏产品“新三样”等新增长点,进一步发挥好新赛道优势

中央经济工作会议提出,“要加快培育外贸新动能,巩固外贸外资基本盘,拓展中间品贸易、服务贸易、数字贸易、跨境电商出口。”2023年,我国外贸发展顶住外部压力,韧性持续显现。

金龙联合汽车工业(苏州)有限公司发往巴西的首批50台新能源客车经江苏太仓口岸顺利登轮出海;在山东莱芜海关推动下,当地农民种植的山楂首次出口泰国……2023年,面对复杂严峻的外部环境和国内多重困难挑战,政策精准发力,企业主动作为,积极开拓市场,推动货物贸易进出口促稳提质。2023年10月份以来,我国外贸进出口连续2个月同比增长。其中,11月进出口总额同比增长1.2%,比上个月加快0.3个百分点,充分传递出我国外贸稳中向好的发展态势。

外贸是经济增长的重要推动力之一,推动外贸规模优化结构,对稳增长稳就业、构建新发展格局、推动高质量发展具有重要支撑作用。目前,我国有进出口实绩的外贸企业增至59.7万家,其中2020年以来持续活跃的企业进出口值占整体的近八成。2023年前11月,产业链更长、附加值相对比较高的一般贸易进出口总额占进出口总额的比重达到64.8%,比上年同期提高1个百分点,为外贸高质量发展提供了更加有力支撑。2023年前三季度,新能源汽车、锂电池、光伏产品“新三样”产品合计出口同比增长41.7%,占我国出口比重同比提升1.3个百分点。

当前,世界进入新的动荡变革期,世界经济增长动能不足,不稳定、不确定、难预料因素增多。面对复杂的外部环境,各地各部门要继续坚持依靠改革开放增强发展内生动力,统筹推进深层次改革和高水平开放,不断解放和发展社会生产力,激发和增强社会活力,加快培育外贸新动能,推动外贸发展持续向好。

从发展趋势看,2023年我国外贸“稳”的基础不断夯实,“进”的势头持续显现,经贸合作空间有效拓展。我国货物贸易出口产品继续向价值链上游攀升,机电产品出口占比提升,绿色低碳、智能化产品出口增长较快。加快培育外贸新动能,既要注重发挥传统产品新优势,也要壮大新能源汽车、锂电池、光伏产品“新三样”等新增长点,进一步发挥好新赛道优势;要加快推动数字贸易发展,运用数字技术推动外贸全流程各环节效率提升,提高外贸进出口的便利性,加快释放外贸经营主体活力。同时,积极拓展中间品贸易,加快发展服务贸易。

随着国内稳外贸政策持续发力,外贸改革措施稳步推进,我国外贸将继续保持平稳增长,贸易结构持续优化,内生动力持续增强。各地各部门要突出重点,把握关键,加快推动外贸结构优化升级,着力培育以高技术、高附加值、绿色低碳等特点的外贸新动能,进一步推动外贸高质量发展。推动进出口运行态势更加稳健、质量效益进一步提升,为助力构建新发展格局、推动高质量发展作出更大贡献。

市场资讯

民生银行全面升级小微金融服务

本报电 民生银行近日围绕“场景、信用、线上、数智”全面升级小微金融服务,为特定经营场景的小微企业,在信贷审批、可用额度、资金使用期限、还款方式等方面提供差异化服务。推出全线上信用贷款产品“民生惠”,额度期限最长5年,随借随还,还款方式多样,支持无还本续贷。2023年9月上线以来,已有12万小微企业在线申请。民生银行还帮助小微企业实现数字化转型,为小微企业提供薪酬管理、一站式代发、账户管理、自主记账等方面的数字化管理工具。(欧阳洁)

山东德州打造重要物流节点城市

本报电 2023年,山东德州发挥区位优势,围绕物流产业链延链、补链、强链,引进京东星谷德州智能物流园、黑马农副产品智慧冷链物流中心等项目,总投资近30亿元,打造京津冀鲁重要物流节点城市。德州运河经济开发区立足全市产业布局,加快建设农产品精深加工产业冷链仓储物流体系,建设智能物流平台等新基建基础设施,建设智能无人仓,应用重载机器人、无人叉车等智能设施,引导产业智能化升级,努力实现“冀鲁小时达、京津半日达”的配送能力,加快建设现代物流高地。(刘磊)

浙江台州供销社深耕农业社会化服务

本报电 浙江台州市供销社合作社联合社发挥系统优势,创新“工坊+供销社”等服务,深耕农业社会化服务,推动农民增收致富。目前,共建成“工坊+供销社”模式示范点80个,累计实现产值3.73亿元。该供销社把共富工坊与供销社体系相连接,通过签订购销合同、组织展会销售、发展农产品配送等方式,畅通工坊产品的销售渠道。开展农产品进城、日用消费品下乡、农资农技进村等服务,有效解决偏远地区群众买难、卖难等问题。(齐志明)

本版责编:罗珊珊

加快培育外贸新动能

杜海涛

市场监管总局近日发布《保健食品标志规范标注指南》

引导消费者科学购买保健食品

本报记者 林丽鹂

“想给爸妈买点保健品,超市里各种保健品花样繁多,标志也不统一,该如何选择呢?”在北京工作的海淀区居民林芳说。

随着经济不断发展和人民生活水平的逐步提高,公众的健康需求日益增长,保健品市场快速发展。此前,我国相关部门专门发布过保健食品标志,天蓝色,呈帽形,俗称“蓝帽子”,要求获准产品外包装上必须加注这个标志。但原有保健食品标志规定对图形比例、颜色标准等具体内容未作详细要求,企业标注存在一定差异。市场上存在打“擦边球”的现象,一些不法商家利用类似图案来虚假宣传产品。

市场监管总局近日发布《保健食品标志规范标注指南》(以下简称《指南》),指导保健食品生产者进一步规范标注保健食品标志,正确引导消费,

营造公平有序的市场秩序。《指南》中保健食品专有标志图形、颜色与原规定原则保持一致,进一步明确了保健食品标志框架、图形比例。基于美观性、实用性相统一原则,《指南》优化了标志中图形和文字细节要求。标志沿中间线呈左右对称结构,视觉效果均衡,考虑“保健食品”书写特点,在保持宽度的基础上,确定字样高度及宽度比例,并明确印刷颜色要求。

保健食品生产者应切实履行食品安全主体责任,按照《指南》规范标注保

食品标志,可在生产经营场所、专区专柜、广告中使用保健食品标志;可按照法律法规规定,结合自身实际在保健食品产品运输箱、中转箱等包装材料上规范使用保健食品标志。

中国营养保健食品协会执行副会长厉梁秋介绍,保健食品标志为依法经注册和备案的保健食品的专有标志。当前,行业和企业呼吁进一步完善保健食品标志标注,此次市场监管总局发布《指南》,有助于提升保健食品的认知度,引导消费者准确识别和理性购买保健食品。

专家表示,科学购买保健食品,要做到“一看二查三辨”。一要看销售场所资质。到证照齐全的正规场所购买保健食品,特别要注意有没有营业执照和食品经营许可证(或食品销售备案编号)。网上购买时要选择资质齐全、信誉度高的自营、专卖店铺,并保留好交易记录和相关凭证。二要查验外包装和说明书。选购产品时,要仔细查看外包装标签标志和产品相关信息,认准保健食品“蓝帽子”。三要辨别广告和宣传内容。保健食品不能代替药物,也不能代替日常饮食,要坚持平衡膳食。营养补充剂类的保健食品,还要注意不要与同类营养补充剂同时食用。

消费万花筒