

持续推出新店、首发新品、直播带货,外资深耕全球第二大消费市场——

发力新消费,外资瞄得准!

本报记者 李婕



解码外资新动向①

星巴克投资1.29亿美元在江苏昆山建造咖啡烘焙工厂;罗森宣布今年再增资2亿元投资中国市场;开市客位于中国内地的第二家门店项目启动;日本丰田计划与一汽合作,在天津投资兴建电动车工厂……亮点频出、新意不断,消费无疑是外商投资中国最热门的领域。其背后驱动力何在?

从餐饮、家电、零售到美妆行业,多家受访的外企表示,疫情带来短期影响,但不影响他们在中国市场长期发展的信心。消费迭代升级、多元需求迸发、线上线下加速融合,还有层出不穷的新业态、新模式,都源源不断激活着消费潜能。发力新消费,成为外资牢牢看准的方向。

消费回补,市场信心不减

打造“一人食”套餐,顺势发展外带业务,推出生鲜牛排零售业务以顺应在家烹饪的需求增长,锁定网红食材“小龙虾”,口味创新仍不间断……疫情给餐饮行业带来冲击,但百胜中国旗下必胜客餐厅在压力中求新求变,门店餐饮业务呈现新气象。

“截至4月底,我们在国内约99%的餐厅已部分或全部恢复营业。”百胜中国首席执行官屈翠蓉说,餐厅客流量仍低于疫情前的水平,预计恢复期将延长,而且在不同地区、时段和细分市场的恢复节奏也将不同。但疫情发生以来,外带和外卖业务增长迅速,线上订单的增加有效遏制了整体销量下降。

新冠肺炎疫情给许多企业带来不小的挑战,但积极有效的应对和市场的强劲韧性,给了外资企业充足的信心。

被抑制的消费正在释放——

今年端午节,丝芙兰在南昌、长沙及临沂的三家新店同时开业,受到当地消费者的热情欢迎。“随着疫情防控形势好转,消费正逐步回到正常水平,整体高端美妆市场都呈现积极态势。”丝芙兰有关负责人说,从中可以看到消费者的需求总是存在的,而丝芙兰要做的就是持续在中国投资。

升级消费仍在培育壮大——

“到6月29日,天津新开了11家店,河北首店预计7月中旬也将开门营业……”罗森(北京)有限公司副总经理车文焕列举了今年以来罗森便利店的开店成绩单。由于写字楼、学校等区域周边客流减少,罗森一些门店经营受疫情影响较为明显,但推出新店的步伐没有暂停。“消费升级背景下,城市这一级的消费能力都很强,我们持续推出新店的想法不变,拓展不会停步。”车文焕说。

防疫催生的新型消费带来机遇——

疫情发生以来,福维克的销售不仅没有下滑,反而略微增长。“对早已利用智慧新零售或全渠道运营的家企业来说,疫情的冲击微乎其微。福维克旗下美善品多功能食品料理机、可宝吸尘器等产品,因迎合了消费者‘宅家’的需求,还成为逆势增长的黄金品类。”福维克中国区总经理查生说。

面对疫情,福维克行动很早。2月下旬,福维克就作为上海青浦工业园区第一批复工企业正式开工了。“在这次抗疫过程中,我们看到中国政府对疫情有着非常强的管控力,这也是我们对中国市场抱有信心的根本原因。”查生说。

需求升级,来华深耕不停

短期有应对疫情之策,长期则是进一步洞察中国消费、深耕中国市场的布局与行动。

一方面,外资品牌来华发展的步伐仍在加速。

来自天猫国际的一项数据显示,今年1-3月,超20万新品上线天猫国际,海外品牌开店速度同比上涨327%。今年“6·18”电商购物节,共有来自全球92个国家和地区的2.5万多个海外品牌来“赶集”,首次参与的进口新品品牌同比增长64%,首发新品超40万件。“受疫情影响,海外品牌线下渠道受阻,线上平台

近年来,全球跨境直接投资持续低迷,新冠肺炎疫情的蔓延更是为此蒙上了一层阴影。但是,中国外商投资走势稳健,今年四五月,中国实际使用外资实现逆势上涨。

中国市场究竟有着怎样的吸引力?在这个极具丰富性和多元性并不断发展变化的大市场中,外商投资如何抢抓新机遇?从今日起,本版推出“解码外资新动向”系列报道,聚焦在华外资的新思路、新探索、新布局,讲述外商、外资、外企与中国市场共同成长的故事。

——编者



▲今年7月1日起,海南离岛旅客每人每人免购物额度从3万元提高至10万元,并增加电子消费产品等7类商品。图为顾客在三亚市国际免税城购物。 陈文武摄(人民视觉)

▶必胜客在西藏拉萨八廓街开设的门店。 百盛中国供图

则成为全球品牌拓销的通路。许多海外新品牌加速了来华拓销、寻找新增长的步伐。”天猫进出口事业群总裁刘鹏说。

另一方面,耕耘中国市场的步伐走深、下沉。

“莫奈”下午茶、30周年铂金菜单,这是必胜客最近推出的“新品”。来华30年,它见证了从最初为消费者带去“拿起刀叉”的西餐知识启蒙,到满足日益壮大的中等收入群体对时尚、多元、高品质生活新需求的变化。“必胜客将品牌重新定位,从菜单、餐厅业态、营销、服务、产品价值感等各方面谋求创新,试图不断为消费者带去耳目一新的体验。”屈翠蓉说。

与此同时,百胜中国推出的“小镇餐厅”落地河南省商丘柘城、周口项城等地,全新的“小镇菜单”贴合当地物价,也让快餐品牌文化走进更多老百姓生活。“针对中国的五六线城市,百胜中国从菜品、消费模式等方面进行了有益探索。”屈翠蓉介绍,如今,百胜中国在1400个城市运营着近1万家门店,2019年,55%的肯德基新店、50%的必胜客新店位于三线及以下城市。

消费升级的故事早已超出了一二线城市,触达更广阔的地域、更广泛的消费人群,成为许多外资看准的机会。“以前我们开新店时会担心当地市场和消费能力,现在这种担忧完全不存在。以大城市为中心拓展到周边城市,加大对全国的投资,这个方向始终没有改变。”车文焕说。不久前,罗森宣布今年将再增资2亿元投资中国市场。他们定下目标:今年开店数达到3000家,到2025年突破1万家。“完成今年的目标,有信心。”车文焕说。

屈翠蓉表示:“尽管受到疫情的影响,百胜中国仍然坚定看好中国的长期发展,今年仍维持新开800至850家门店的目标。”

业态出新,线上线下挖潜

以虚拟线上店模式暂时替代线下体验中心,通过直播和其他互动方式介绍产品,同时开展线上课程与咨询服务……防疫期间,福维克更明显地将运营资源倾斜到线上渠道,但实际上,数字化服务的布局早已开始。“随着近年来数字化消费的兴起,消费者越发期待

全渠道购物消费和一以贯之的服务体验。人们已不仅是购买,而且更关注产品带来的健康生活方式,所以我们很早就开始搭建数字化平台、丰富内容,让消费者不仅能通过产品完成清洁和烹饪工作,更能学到新知识、交到新朋友。”查生说。

线上线下融合加速,许多外资企业也在新业态、新模式的尝试中进一步挖掘消费潜力。

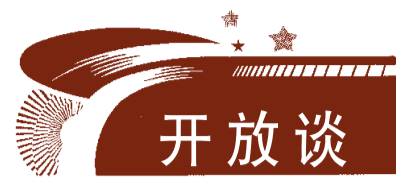
近期,丝芙兰在天猫国际上开出旗舰店,开始探索以跨境电商的方式引入丝芙兰海外热销的新锐品牌。“在中国市场,我们看到消费偏好越来越多元,尤其年轻一代对个性化美妆的需求越来越大,国外优秀的小众品牌也开始受到青睐。我们希望通过这种方式,让更多美妆爱好者体验最新、最前沿的海外尖货。”丝芙兰有关负责人说,中国线上和线下零售市场每年都在进行更深度融合,因此他们也一直致力于推行最佳的全渠道体验。

从卡地亚、乔治·阿玛尼到普拉达、迪奥,今年以来,许多国际大牌加快了在中国电商平台布局的进程。“有效触达年轻消费者,迅速扩大消费者覆盖的地域范围,是品牌入驻后最立竿见影的收效之一。”天猫时尚工作人员嘉宁向记者介绍,年轻一代更能接受线上购买的新模式,同时,由于许多一线品牌线下店铺主要集中在一线和二线城市,线上销售也迎来了更多三线及以下城市的消费者。

百胜中国则不断探索用数字化手段为门店赋能。针对渐成主力的年轻消费者,建立以“超级APP”为核心的数字化生态系统;同时推出基于AI算法驱动的个性化菜单、优惠券和菜品推荐,满足个性化需求。“百胜中国坚定看好中国的长期发展,公司将继续投资于数字化、技术和供应链,打造端到端的数字化,利用数字化赋能门店。”屈翠蓉说。

从线下体验店、概念店等创新“首店”,到线上旗舰店、虚拟中心,再到智慧零售新玩法等各类投入,背后的驱动力都是多元化消费需求,更来自外资对中国市场的积极判断。

“短期而言,小型家电仍具有强劲活力和广阔市场;长期而言,中国家电市场正从低端向高端升级,从价格到价值转变,且线上线下混合全渠道是未来零售的趋势。我们进一步看好中国市场。”查生说。福维克已早早报名参加今年的进博会,希望将全渠道数字化购物体验、新的产品推送给中国消费者。



开放谈

新冠肺炎疫情给世界经济带来巨大冲击,全球直接投资流入也将大幅下降。联合国贸易和发展会议预计,今年全球外国直接投资流量将比2019年下降近40%,可能创下2005年以来的新低。面对全球疫情持续蔓延和直接投资持续疲弱的双重压力,今年4月和5月,中国外资流入却连续两个月逆势上涨。那么,外资为何看好中国市场?

中国经济快速回暖,外商投资信心足。

作为世界第二大经济体、第二大消费市场、第一大电子商务市场,中国的市场规模和增长潜力巨大,产业链完整,是全世界唯一拥有联合国产业分类中全部工业门类类的国家,本来就对外资具有巨大的吸引力。中国使用外资规模连续刷新历史纪录,稳居全球第二大外资流入国地位。

新冠肺炎疫情发生以来,中国率先控制住疫情,全面推进复工复产,正成为全球投资的“避风港”。截至今年5月,中国社会消费品零售总额降幅连续3个月收窄,部分消费升级类商品销售增长更快。消费市场的快速回暖带动了生产端,制造业稳步恢复,基本面继续改善。5月份全国规模以上工业企业实现利润总额5823.4亿元,由4月份同比下降转为增长6.0%。行业景气指数持续提升,6月份,制造业采购经理指数回升到50.9%,非制造业商务活动指数连续4个月回升,达到54.4%,主要产业都已持续位于景气区间。

随着供需两端持续回暖,外商投资的信心和投资规模随之上升。科尔尼发布的报告显示,中国外商直接投资信心指数位居发展中国家之首,也是全球前十大投资目的地中唯一的新兴市场国家。商务部数据显示,今年5月份全国实际使用外资同比增长7.5%。特别是高技术产业实际使用外资同比增长更快,前5月,信息服务、电子商务服务、研发与设计服务同比增速分别高达42.3%、67.9%和49.8%。

营商环境持续改善,外商投资机会多。

长期以来,中国通过深化改革、扩大开放,致力于打造公平、透明、可预期的营商环境。根据世界银行《2020年营商环境报告》,中国已经连续第二年跻身全球营商环境改善最大的前十大经济体行列。中国改善营商环境,也得到了外资企业的高度认可。2019年中国欧盟商会的调查报告显示,有40%的企业认为中国市场放宽了对外资企业的限制,81%的企业认为中国的创新之路可带来商机。

今年1月1日,《外商投资法》及其实施条例正式生效,在法律规范层面确立了准入前国民待遇加负面清单的管理制度,给外商在华利益提供了更有力保障。在世界银行发布的《2020年营商环境报告》中,中国在改善司法行政质量这一指标上得分分为17分,高于世界上任何一个经济体。刚刚发布的2020年全国外商投资准入负面清单,由40条缩减至33条,自贸试验区外商投资准入负面清单由37条缩减至30条。

随着中国对外开放水平不断提高,很多跨国公司快速抓住商机。在去年已推出三批重大外资项目基础上,今年中国又在推动第四批重大外资项目落地,包括埃克森美孚投资百亿美元的广东惠州乙烯项目举行了“云开工”仪式等。

统筹疫情防控与对外开放,外商投资预期好。

对外开放是中国的基本国策,即使在疫情之下,中国仍然坚持打开国门搞建设,千方百计为外商投资和外资企业复工复产创造条件。在中国疫情防控的紧要时期,来华从事必要商务或科学活动的外国人仍然可以申请签证。在中国疫情得到有效控制、外防输入任务艰巨的情况下,中国统筹推进疫情防控和社会经济发展,坚持在扩大开放中推进复工复产,通过建立“绿色通道”等为商业人员往来提供便利。中国美国商会5月发布的《美国企业在中国》白皮书显示,尽管受到疫情全球蔓延的影响,多数美国企业依然看好中国市场,认为中国市场值得长期、战略性投入,会考虑增加在华投资。

全球疫情持续蔓延,并没有阻止中国对外开放的脚步。中国积极推动投资贸易自由化,营商环境持续改善,国内市场快速回暖,这是外资看好中国市场的根本原因所在。

(作者为中国贸促会研究院国际贸易研究部主任)

外资缘何持续看好中国市场?

赵萍

投资中国,外商热情高

市场机会多

- 稳居全球第二大外资流入国地位
- 今年5月全国实际使用外资同比增长7.5%
- 高技术产业实际使用外资同比增长更快,前5月信息服务同比增速高达42.3%

营商环境好

- 世界银行《2020年营商环境报告》
- ◇中国连续第二年位列全球营商环境改善最大的前十大经济体
- ◇在改善司法行政质量这一指标上得分分为17分,高于世界上任何一个经济体

开放水平高

- 2020年外商投资准入负面清单
- ◇全面放宽一二三产业的外资准入限制
- ◇全国负面清单:40条缩减至33条
- ◇自贸试验区负面清单:37条缩减至30条

制图:李婕