

突破制约内需增长的瓶颈 中篇

近年来,不论是苹果公司通过产品创新创造出市场新需求,还是国内一些地方通过市场机制和政策拉动来做活“夜经济”,各方都在坚持用新产品、新理念、新服务等创新手段,使内需潜力充分释放。

# 激发内需增长新活力

本报记者 林火灿

尽管已是冬季,华灯初上时,辽宁沈阳市区逛街购物和室外休闲健身的人依然很多。在市场机制和政策拉动下,沈阳市的居民夜晚消费潜力在不断释放。数据显示,沈阳市服务业产值有40%来源于“夜经济”。“夜经济”已成为辽宁省服务业转变经济发展方式的有力抓手,成为扩大内需的重要手段。

专家指出,大中城市“夜经济”的成功,最大的启示在于,要激发内需增长的新活力,必须坚持以新产品、新理念、新服务等一系列创新手段,使内需潜力充分释放,才能将内需潜力转化为促进经济平稳健康发展的重要动力。

## 创新产品

### 拓展市场需求

企业必须采取多种创新策略,走在消费者前面研发出各种产品,并运用各种经营的手段,使人们的潜在需求得到激发。

有人说,优秀的产品可以做到满足消费者的需求,但是,卓越的产品却可以创造新的市场空间,并且引导消费者形成消费需求。

中国的内需市场再大,传统市场的消费需求也有饱和的一天。如果企业能够开发出新的市场领域,不仅能有效避免和其他企业在传统或已有市场上短兵相接,更能形成和引导全新的消费时尚,形成新的市场增长点。青岛海信通信有限公司市场部总监孙永忠说。

孙永忠告诉记者,手机产品从彩屏到触摸屏,再到现在的智能手机,经历了不断的更新换代。在此过程中,消费者不断接受新的产品形态,海信手机也较精准地找到了市场方向。

据介绍,经过大量的市场调研,海信通信在2011年启动了智能化战略,依靠技术创新,完成了从功能手机向智能手机的转型。如今,消费者用海信的智能手机能控制家庭的灯光窗帘,能随时获取智能冰箱的食物信息,还能实现将手机上的照片、音乐等推送到电视大屏幕上供家人分享。智能手机几乎成为未来家庭的控制中心。依托一系列的产品创新,海信智能手机受到了许多手机玩家及市场渠道商的欢迎。2012年,海信手机销售收入和销量均实现翻番。

近年来,不少企业已经意识到,简单地寻找并匹配市场需求,很难在市场竞争中占得先机。企业必须采取多种创新策略,走在消费者前面研发出各种新产品,并运用各种经营的手段,使人们的潜在需求得到激发,创造新的市场空间。



## 党的十八大报告提出——

要牢牢把握扩大内需这一战略基点,

加快建立扩大消费需求长效机制,

释放居民消费潜力

专家建议,企业应该在做好大量市场调研的基础上,加快技术研发,并建立健全有利于促进科技成果产业化和商品化的机制,使产品创新成为引领市场热点形成的重要动力。

## 优化模式

### 满足消费体验

要建立扩大消费的长效机制,不仅需要解决有效需求不足等问题,更要加快发展新型商业业态,以此带动消费结构升级。

随着经济社会的发展,多层次、多样化、个性化需求已经成为消费需求演进的趋势。

对此,中国社科院财政与贸易经济研究所副所长荆林波指出,要建立扩大消费的长效机制,不仅需要解决有效需求不足等问题,更要加快发展新型商业业态,以此带动消费结构升级。

在日前举办的2012中国电子商务创新发展高峰论坛暨电子商务跨界峰会上,曲美家具受到热捧。这家集自主设计、制造、销售于一体的大型规范化、综合性家具集团,在2009年正式上线官方网络商城,并随后入驻淘宝商城、在天猫开设旗舰店,还打造了专门的网络定制家具品牌。利用网络三维平台,消费者可以在一定标准下,完成个性化家具定制。这种有限定制的消费模式,使消费者实现我的家具我做主,因此受到了许多追求时尚的消费者喜爱。

曲美家具有关负责人在接受采访时表示,曲美最初进军电商,是为了让电商与传

统渠道形成互动,并借助电商平台降低成本。不过,随着新的营销模式的运行,曲美家具的销售终端实现了多元化发展,使市场得到了有效拓展。

专家指出,企业只有不断改变原有的销售模式、服务模式甚至商业模式,积极开拓新渠道、新市场,才能使企业提升整体竞争力,并创造全新的消费方式。企业也应创新信贷模式和支付方式,可以积极引导消费者,利用商家和信用机构之间的联系,扩大信用消费,提升消费者购物的便利性,进而提升消费者的购物体验。

## 拓宽领域

### 培育消费热点

在激发内需市场方面必须转变思路,拓展路径,积极培育新的消费热点,否则可能遭遇后续乏力的局面。

在北京上班的黄达最近为找月嫂的事情忙得焦头烂额。这位再过一个多月就要正式升级的准爸爸,为了给家里找个合适的月嫂,已经忙活了大半个月。

最近接触的月嫂,既有亲友推荐的也有自己上家政公司找的,但要么对方档期排满了,要么自己觉得不满意。黄达说。

今年以来,龙宝宝扎堆出生,让月嫂市场的行情变得十分紧俏,月嫂的服务价格也在一路攀升。在北京,月嫂一个月的薪资已经达到了七八千元,但月嫂资源仍然供不应求,既有专业知识、又有丰富经验的月嫂更加欠缺。

家政市场作为新兴的消费领域,月嫂荒、保姆荒现象的发生,表明当前我国在这一新兴市场领域仍有广阔的市场空间,如果精心培育,家政市场不仅能在带动就业中发挥积极作用,更能成为扩内需的重要力量。

专家指出,受一些消费领域政策刺激效应递减,以及楼市、车市政策调整等因素影响,十二五期间,在激发内需市场方面必须转变思路、拓展路径,积极培育新的消费热点,否则可能遭遇后续乏力的局面。

专家建议,在培育新的消费热点时,应大力引导和促进旅游、教育培训、体育健身、文化创意、出版、影视、网络动漫等精神消费需求的增长和相关产业的发展,加快发展老年服务、病人看护、家庭医生、家政服务及其他关系到人民群众生活品质的生活性服务业,鼓励居民增加在科技、文化娱乐、信息、旅游等方面的消费。此外,还应特别注重和满足人们的精神消费需求,提升消费者的生活品质。

## 央行开展970亿元逆回购操作

本报北京12月4日讯 记者王信川报道:中国人民银行今天以利率招标方式开展了970亿元逆回购操作,其中7天期逆回购590亿元、14天期逆回购380亿元,中标利率分别为3.35%、3.45%。

统计显示,本周公开市场将有500亿元央票到期,无正回购到期,另有2530亿元逆回购到期,在不进行任何操作情况下,本周公开市场将自然净回笼2030亿元。12月3日,质押式回购市场继续维持宽松格局,资金利率总体平稳。其中,7天品种则下跌3个基点至3.35%,1个月品种加权利率收于3.75%,较前一交易日下跌20个基点,两个月、3个月品种分别收于3.97%、3.87%,均小跌3个基点。

## 今年农业综合开发资金增60亿元

本报北京12月4日讯 记者钱箐旎今天从财政部获悉:今年中央财政安排农业综合开发资金290亿元,比2011年增加60亿元,增长26.09%。

数据显示,中央财政今年安排的农业综合开发资金中,用于中低产田改造、高标准农田建设为主要内容的土地治理项目的中央财政资金为240.53亿元,占中央财政资金的82.94%,用于13个粮食主产省区的中央财政资金为194.72亿元,占中央财政资金的67.14%。计划改造中低产田、建设高标准农田2878.55万亩,新增和改善灌溉面积2582.31万亩,预计新增粮食生产能力40.88亿公斤。

## 明年关键期限国债发行计划公布

本报北京12月4日讯 记者钱箐旎报道:财政部今天公布2013年关键期限国债和储蓄国债发行计划。据了解,2013年计划发行的关键期限国债期限分1年、3年、5年、7年和10年共五种,招标日期均为周三,时间范围从1月16日起至11月20日,付息方式以按年付息为主,仅10年期国债按半年付息。2013年计划发行的储蓄国债品种分凭证式和电子式两种,期限为3年或5年,发行日期为3月至11月的每月10日,付息方式为到期一次还本付息和每年付息一次两种。

## 去年文化产业法人单位增加值增两成

本报讯 记者顾阳从国家统计局获悉:2011年我国文化及相关产业法人单位增加值为13479亿元,比2010年增长21.96%。

数据显示,2011年我国文化产业法人单位增加值占当年GDP的比重达2.85%,比上年提高0.1个百分点。文化产业法人单位增加值在国内生产总值中的比重稳步提高。2011年,文化服务提供单位的增加值占文化产业法人单位增加值的55.9%,比上年提高2.2个百分点,占第三产业增加值比重为3.68%,比上年提高0.25个百分点。

## 金视界

## 青海完成今年保障房建设任务



这是12月4日拍摄的西宁市最大的保障性住房项目康南片区二期。目前,青海省2012年城镇保障性住房新建项目开工建设3.54万套,竣工5.86万套,已全面完成国家下达的目标任务。吴刚摄(新华社发)

## 小地瓜变成软黄金



近日,山东枣庄市山亭区山城街道王峪村农民在晾晒地瓜干。山城街道以当地优质地瓜为原料,按照绿色食品标准进行深加工,每年地瓜干出口创汇4000多万元,小地瓜如今变成了软黄金。张强摄

# 创造需求更能赢得市场

陶瑞刚

近年来,从iPod、iPhone到iPad,苹果公司每次推出的新产品,都能将技术转化为消费者所渴望的产品,并迅速地吸引消费者购买。苹果产品和设计不仅让人满意,更让人惊喜,不仅满足了需求,更创造了需求。

一项新技术的发明,一个新产品的诞生,在满足人们需求之外,更要有改变人们生活的可能,这样才能引领人们的消费,从而创造出更大的市场空间。企业抓住了这一点,就能做大做强。十几年来,以苹果、微软、英特尔为代表的部分高科技企业实施创新产品的经营战略,提供个

性产品和服务组合,取得了巨大成功。

一般来说,企业创新要研究消费者需求,以消费者为导向。不过,有时候消费者也不清楚自己到底需要什么。这时候,企业创造需求就显得格外重要,这就需要企业不能仅满足于对原有产品的改善,而是要通过新产品创造出新需求,进而激发消费者的购买欲望。

当然,企业的创新并不是盲目创新,而是要着眼于市场需求,并在市场变化中改进和提高。只有符合市场需求并能创造市场需求的创新产品,才能受到消费者的青睐,也才能让企业在激烈的市场竞争中

脱颖而出。

在知识经济时代,企业发展面临更大的挑战,同时也拥有了越来越多的发展机遇。企业要想扩大发展空间,创造需求比满足需求更显得重要,一旦成功创造出需求,企业就会抓住市场潜在的盈利机会,形成一个庞大的市场。



# 服装业:要紧盯消费需求

本报记者 杨开新

例,其长期在中国体育用品行业占据重要地位。近些年,由于李宁公司品牌定位仍不准确、发展思路不够清晰等诸多原因,产品结构调整成效并不显著,李宁公司出现了产品库存积压、管理层变动、公司业绩下滑等问题。李宁公司公布的今年中期业绩显示,上半年其营业收入同比减少9.5%,降至38.8亿元;净利润下降85%,仅为0.44亿元;零售店铺数量减少952家,剩下7303家。

李宁公司之所以出现经营压力,根本

原因在于没有把握住变化的市场。虽然李宁公司转型之初就已经意识到新一代年轻人是运动服装品牌的主要购买者,但李宁公司并未能够按照原定设想抓住宝贵机遇改造和提升自己。当前,越来越多的80后、90后热衷于网上购物,但李宁公司并没有在网络销售上倾注足够的精力。与此相反,李宁公司甚至在一段时期内更热衷于传统销售形式的扩张,增加实体店数量、扩大每个店铺的面积,这些措施不仅未能使公司取得预期的销售业绩,还

占用了有限的流动资金,而人工成本和房屋租金的大幅上涨,使李宁公司经营业绩大受影响。

李宁等服装品牌要想早日渡过难关,需要进一步明确品牌核心目标受众,优化供应链、商品模式、销售等环节,让消费者获得愉悦的购买和使用体验。同时,要加强对市场成熟度、行业发展模式和消费趋势的分析和研究,结合市场需求量体裁衣,紧密跟踪消费者需求变化,以个性化服务提升自身品牌活力。

## 典型案例

近段时间,李宁等国内服装企业正经受着高库存压力的严峻考验。数据显示,仅22家A股服装类上市公司第三季度的存货总值就达382亿元。业内人士预估,这些库存需要3年左右的时间才能消化完。年底将至,为了清仓回笼资金,服装企业纷纷推出了打折、限时抢购等促销活动。

近些年,随着服装市场格局的调整和消费人群的快速更新,我国广大服装企业明显感受到竞争压力。以李宁运动品牌为