



随着我国消费品市场的平稳增长,本土名优品牌企业凭借逐渐成熟的产品品质、较为完善的售后服务,紧紧抓住国家扩大内需的政策机遇,市场份额进一步提高。销量前10位品牌的市场占有率平均接近七成。

# 流通市场:名优品牌唱主角

本报记者 顾阳

## 传统农贸市场 亟待升级改造

李予阳

为防范H7N9禽流感,上海市政府决定,从4月6日起全面暂停活禽交易、暂时关闭所有活禽交易市场,全市461家活禽定点零售点已从6日起全部暂时停止活禽交易活动。其实早在若干年前,就有学者呼吁有条件的城市特别是大城市要下决心取消菜场中的活禽销售。从世界发达国家来看,活鸡鸭鹅等禽类产品是不进入零售环节的,在市场销售鸡鸭鹅都是经过政府认定的屠宰场宰杀后以冰鲜品的形式在零售市场出售,这样可控制类似“禽流感”这些流行疾病的发生。这也从一个侧面提醒我们,保障食品安全,农贸市场升级改造迫在眉睫。

不少城市的农贸市场大多建于改革开放初期。长期以来,农贸市场为保障供应,方便市民生活发挥了重要作用。近年来,随着农超对接的范围不断扩大,连锁超市成为生鲜食品的一个新的销售渠道。连锁超市通过农超对接减少流通的中间环节可以减少损耗、降低价格,而且连锁超市的规模化和组织化程度较高,在营业设施条件和质量控制标准上比农贸市场要进步得多,在食品安全上也更有保障。但是即便在北京、上海这样的大城市,市民购买生鲜食品仍然以农贸市场包括一些马路临时菜场为主,这个比例高达70%。而建立农超对接的超市在全国超市中只占很小的一部分。不少连锁超市由于难以建立以自己为主的生鲜食品供应链,在价格上并无优势,在新鲜度、品种、数量上也逊于农贸市场。而且,消费者对生鲜食品购买习惯是就近、便利、小量和多频次。这使得超市来全面替代农贸市场还不现实。

传统的个体商贩很难从根本上保证城镇居民食品消费的安全性,农贸市场升级改造势在必行。而受城市建设、拆迁等因素影响,城区农贸市场整体分布上的不合理现状也日益突出。正规经营的菜市场主要分布在老城区,一些区域农贸市场布点则出现真空地带。必须根据方便居民生活的原则,结合城乡建设规划,土地利用规划,编制农产品市场布局规划,并按照有关标准规范新建或改造农贸市场,场内商品分类划归归市,合理布局交易区。加强对农贸市场的公共卫生设施、物业管理用房、消防等配套设施建设的审核和验收把关。通过信息化建设建立农产品的追溯制度。此外,必须在政策上让超级市场在农产品流通中承担更重要的角色和占据更大的市场份额。



“我国消费品市场销售总体呈现出稳定增长的基本格局,名优品牌的市场份额进一步提高,接近七成。”这是记者从中国行业企业信息发布中心举办的“第十七届全国市场销量领先品发布会”上获悉的最新信息。

中国行业企业信息发布中心课题报告指出,去年我国社会消费品零售总额21万亿元,比上年增长14.3%,增速比上年回落2.8个百分点。从年内变动情况来看,总体上经历了一个从缓慢回落到企稳回升的变动过程。其中,一季度增长

14.8%,二季度增长13.9%,三季度增长13.6%,四季度增长14.9%

面对较为严峻的市场环境和更趋激烈的市场竞争,名优品牌企业凭借优异的产品品质、较为完善的售后服务等优势,进一步提高了市场份额。

“从中国行业企业信息发布中心在全国调查的80余种主要消费品的市场销售情况看,销量前10位品牌的市场占有率平均为68.66%,比上年提高1.39个百分点。”中国行业企业信息发布中心副主任彭嘉陵说。

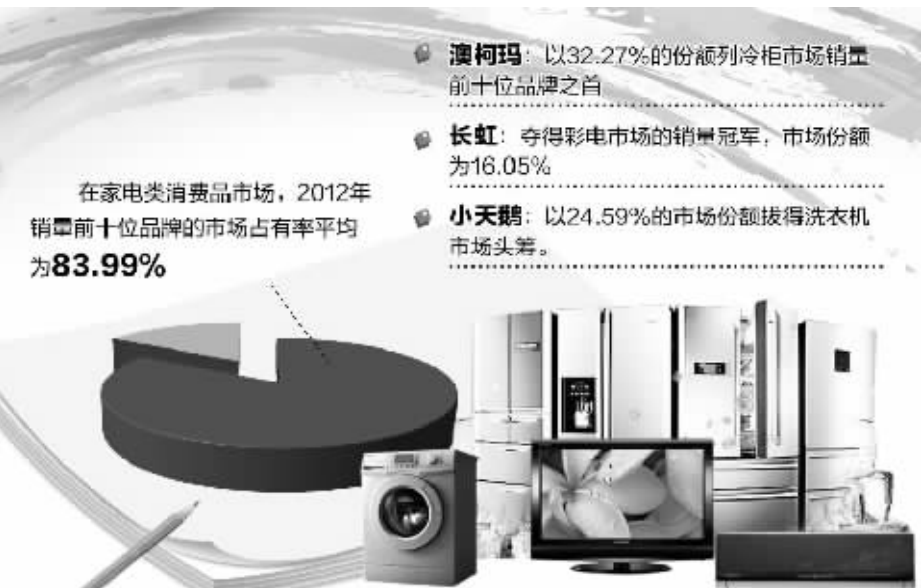
### 名优品牌 市场集中度进一步提高

得益于国家强农惠农政策的实施、农村居民收入快速增长以及农村社会保障体系的逐步完善,农村消费的发力,销售增速超越城镇,挖掘农村消费潜力成效初显。2012年乡村消费品零售额2.8万亿元,比上年增长14.5%。同期城镇消费品零售额18.2万亿元,增长14.3%,增速低于乡村0.2个百分点。随着国家西部大开发、中部崛起等战略的相继实施,中、西部地区零售增速快于东部地区,区域发展的协调性进一步增强。2012年,东、中、西部地区零售额同比分别增长13.8%、15.8%和15.8%,中、西部地区增速均快于东部地区2个百分点。

吃、穿、用等生活必需品增长较快,而住、行类消费增长相对较慢。2012年,从限额以上企业(单位)商品零售分类看,吃、穿、用类同比分别增长17.9%、18.0%和19.8%,继续保持较快增长。住、行类由于受到房地产、汽车限购政策的影响,增速明显低于上述3类商品,同比仅分别增长13.2%和11.1%。

网络消费增势强劲,影响力进一步扩大。截至2012年底,我国有2.21亿人使用网络支付,已成为世界第一大网络支付国家。网络消费延续了前几年快速增长的势头,全年网络购物市场交易达到1.3万亿元,同比增长66.2%,占社会消费品零售总额(21万亿元)的比重由上年的4.3%进一步提高到6.2%,提高1.9个百分点。值得关注的是,在网络购物快速增长的同时,网络购物投诉量也居高不下。数据显示,2012年网络购物投诉量占销售服务投诉量的50%以上。注重诚信、加强监管已成为网络购物市场良性发展的关键。

消费者品牌意识进一步增强,名优品牌的市场集中度进一步提高。分类别看,家电



类消费品的市场集中度依然最高,其后依次为日化、日用品类,食品类,文化办公类,服装鞋帽类。

### 消费品市场 发展机遇多于挑战

消费品市场今年能否延续稳定增长的格局?中国行业企业信息发布中心在“2012年度消费者最信赖品牌课题”研究报告中指出,2013年消费品市场运行的基本态势不变,平稳发展仍将是主基调。

“促进消费品市场发展的有利因素不少,从总体来看,还是机遇大于挑战。”彭嘉陵说。

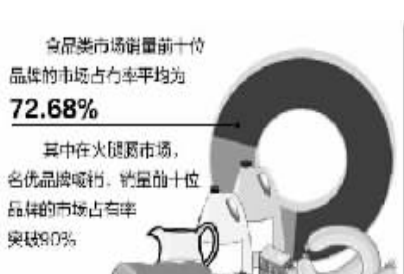
作为我国转变经济发展方式的基点,扩大消费是国家经济发展的长期战略。今年政府工作报告中明确提出,将坚定不移地把扩大内需作为经济发展的长期战略方针,充分发挥消费的基础作用,不断提高消费对经济增长的拉动力。

收入快速增长将对消费增长产生重要支撑作用。2012年城镇居民人均可支配收入、农村居民人均纯收入分别比上年增长9.6%和10.7%,均明显超过同期GDP增速。

新型城镇化战略对消费增长的促进作用将进一步显现。城镇化将有力提升居民消费水平、改善消费环境、转变消费观念。统计数据显示,2012年,城镇居民与农村居民的收入比为3.1:1,消费支出比为2.8:1。

依靠科技不断开拓新市场、形成新热点将是消费市场发展的一个方向。近年来,科技创新大踏步前进,网络购物逐渐成为重要的消费方式,手机等通信类产品不断推陈出新,持续保持快速增长态势。此外,社保覆盖面不断扩大、食品药品监管力度加强、全民医保体系建立健全、保障房建设力度加大等,将对提高居民消费能力、稳定消费预期、增强消费意愿、改善消费环境发挥积极的推动作用。

值得关注的是,居民收入差距较大、消费环境有待提高、物价上涨压力较大等新老问题,仍需加以重视。



## 河北电子商务年交易额突破5000亿元——

### 传统产业触“电”忙

本报讯 记者雷汉发报道:今年前3月,河北省辛集市皮革产业网上交易额达3亿多元,2012年皮革产业网上交易达到10亿元以上。辛集电子商务能够异军突起,得益于河北省大力开展电子商务平台建设。通过实施电子商务“十百千”工程,全省2012年电子商务交易额突破5000亿元大关。

围绕钢铁、煤炭、铁矿石、纺织、农产品等产业,辛集市建设10个大宗商品电子商务交易平台,力争建成若干个全国一流大宗商品交易中心。目前各交易平台经过初步发展,已形成一定规模。河北钢铁交易中心签约客户达到1000家以上,其中超级钢铁市场大联盟成员已扩大到30家,覆盖河北省及山东省和京津地区;秦皇岛海运煤炭交易市场会员总数近7000个,注册交易商700多家,实现网上交易2992万吨,成交金额200.8亿元。

截至目前,在河北省政府确定的30个县域特色产业中,已有高阳纺织、白沟箱包、清河羊绒等20个特色产业建立了第三方电子商务交易平台,网上年交易额达170亿元。

河北省重点抓好200个单品电子商务交易平台,以建立单品电子商务交易平台为突破口,优化资源配置,延伸产业链条,向上端延伸设计与开发,向下端延伸渠道和品牌,推动电子商务与特色产业深度融合;运用电子商务,加大宣传和营销,塑造特色产业品牌,增强竞争能力。河北省力争在“十二五”期间,商务交易额达到1.2万亿元,网络购物达到1200亿元,占全省社会消费品零售总额比重达到8%。

河北省商务厅厅长王志欣表示:“2013年,河北将进一步推进电子商务平台建设,力争全省电子商务交易额在上年基础上增长50%。”



在2013中国国际纺织纱线(春夏)展览会上,观众正在参观展示产品。本届纱线展围绕生态、时尚、功能、环保、科技五大方向,吸引了来自海内外的近200家展商参展。

本报记者 祝君璧摄

## 金羊毛标志高级定制进入中国

本报讯 记者刘瑾报道:近日,国际羊毛局“金羊毛标志高级定制”概念正式面向中国市场推出。本次活动为业界展示了经过国际羊毛局金羊毛标志认证的全球11家顶级面料合作供应商的样品,这些生产商均为高端毛纺面料的行业领导者。

国际毛纺组织(IWTO)主席、第一视觉面料展战略委员会副主席彼得指出,尽管近两年来欧洲经济处于低迷时期,但是高端面料的生产和市场并未受到明显的影响。对英国纺织业来说,面料的年销售额保持了15%的增长。除了米兰、巴黎等欧洲传统市场以外,来自中国、俄罗斯等新兴市场的需求呈现上升趋势。

据记者了解,此次前来的11家顶级面料供应商已有部分在中国展开了业务,接受面料零售业务及批量定制,但他们中的大部分仍希望以代理的方式,逐步展开对中国市场的业务。

## 商务部扩大农村商务信息服务试点

本报讯 记者宓舒报道:为充分利用农村现有信息化网络资源,让更多农村干部群众享受优质高效的商务信息服务,更好地促进农产品有序合理流通,缓解农村市场“买难卖难”,商务部拟进一步扩大农村商务信息服务试点。

据了解,扩大试点的范围包括:首先,将商务部2007年首批确定的20个省(自治区、直辖市)的20个县(市、区)统一纳入中组部、商务部合作试点。其次,商务部首批确定和与中组部共同确定的23个试点省(区、市),可根据实际情况,申请增加试点县(市)。其他省(区、市),也可申请开展试点。第三,扩大和新增试点县(市)的数量,原则上每个省(区、市)按3-5个掌握。

扩大试点标准为:申请扩大和新增试点的县(市),应为本省(区、市)范围内农业产业基础较好、对农产品购销信息需求较为迫切的地区,且领导重视、组织保障有力,党员远程教育成效明显、终端站点教学活动管理规范,具有开展农村商务信息服务必备的网络设备设施和信息服务队伍。

本版编辑 徐涵 童娜

### 市场发现

## 净水器里门道多

本报记者 王轶辰 实习生 王鑫 何旭

在北京大中电器、国美电器和居然之家等卖场,记者看到正在销售的家用净水器品牌就有10多个,价格从几百元到五六万元不等。其中国内品牌众多,也不乏原装进口的国外品牌,再加上净水器自身种类和滤芯采用的差异,一些消费者感觉挑花了眼。

在居然之家,一家净水器代理商向记者展示了一张家居净水设备安装示意图。图中显示,市政水源依次经过安装在主管道上的前置过滤器、中央净水机和软水机后,流向卫生间和厨房。在厨房里还有最后一道净水设备——直饮水机,经此净化后的水可达到饮用标准。

“软水机在北方用得比较多,主要降低水的硬度。用软水洗澡洗得更干净,洗衣服、被褥会更柔软蓬松,洗餐具、茶具也不会留下污渍。”该代理商补充道,“软水不仅节约洗涤剂,还可提高管道、热水器等的使

用寿命。”

另一位销售人员告诉记者:“有些顾客住在城市近郊,自来水管网长,有二次污染问题,可安装前置过滤器;有些住在城市中心,市政供水水质多,推荐使用中央净水机或直饮水机。以地下水为家庭用水,重金属含量高,硬度也高,直饮水机和软水机作用大;而市政自来水中余氯异味重,可使用含活性炭滤芯的净水器。”

记者发现,前置过滤器的价格相对较低,千元就可买到名牌产品。软水机和立式中央净水器多在6000元-10000元之间,不乏万元以上的高价产品。而直饮水机价格在1000元-6000元居多。“滤芯是价格差异的主要原因,滤芯的数量、组成和过滤效果都会影响价格,除此之外,产品材质的好坏也有影响。”销售人员说。

记者注意到一家净水器品牌推出了净水

设备选购“套餐”,将多类产品进行搭配以满足消费者购买需要。

“一般顾客来买净水器,我们都会先问住房面积和卫生间数量。”销售人员在导购时,会按照顾客居住面积,将其分为3类:标准型、大户型和别墅型。标准型一般推荐软水机搭配直饮水机,大户型推荐前置过滤器、软水机和直饮水机,别墅型则建议安装全套设备。

专家认为:“净水器最重要的标准就是净化效果,过滤精度、去除率高低都会对其产生影响。抓住这点,会发现市场上多数净水器都没商家说的那么好,有的产品自称滤芯多,净化效果可能还不如一个高效能滤芯强。”