



高虎城展望2014

商务部部长高虎城日前透露,2014年要研究完善消费政策,进一步扩大信息消费、养老消费、健康消费,促进新型电子产品、智能家电、节能汽车等热点商品消费,鼓励新的消费方式发展。结合当前消费发展的新趋势,高虎城认为,一批新的消费热点正逐步形成,消费市场仍有巨大的增长空间。

消费市场热点多空间大

本报记者 李予阳

流通看冷暖

徐涵

周末,行至北京的南三环遭遇堵车。这里通常畅通,但每年临近新春便会出现拥堵,原因是这里有个很大的木樨园服装城,准备回老家过新年的异乡客会来此采购。去商场、逛庙会、赶大集的愉悦是过新年的前奏,甚至预热了过新年的喜庆心情。

岁末年初,让笔者印象深刻的还有另一个场景。那是在陕西照金,城镇化让普普通通的小村庄成为一个现代化的旅游度假区。博物馆、特色食街、星级酒店、咖啡酒吧、户外用品商店等都进了村。也是周末,原本冷清的小村庄游人如织。走进一家刚刚住进楼房的农家,家里洗衣机、电冰箱、煤气灶一应俱全,绝大部分生活用品都是搬家时新添置的。城镇化正在深刻影响着农村的面貌,影响着农村人口的消费格局。

尽管我国的消费市场还面临诸多不确定因素,城镇化进程中还有许多亟待解决的问题,但对于现代流通产业来说,未来的发展仍然是机遇与挑战并存,特别是我国提出要推进农业人口市民化,积极推进城镇化建设,这都是促进未来消费市场发展的积极信号,是流通发展的新机遇。把握机遇,开创流通业发展的新局面,才是2014年的新动力。

由于经济发展受到各个层面、各种因素的影响,流通产业自然也要面对调整与转型的压力。来自官方的统计数据表明,近两年消费增长幅度出现小幅回落,如2012年社会消费品零售总额207167亿元,比上年增长14.3%,增速回落2.8个百分点。2013年预计社会消费品零售总额约23.8万亿元,增长13%以上。而2005年至2010年,中国社会消费品零售总额年均增幅16.47%。尽管增幅回落明显,并非意味着流通业发展进入寒冬,特别是当反腐倡廉、抵制铺张浪费等政策真正成为行动时,社会消费才会挤出泡沫,进入和谐有序发展的轨道,这样的调整才能成为流通业良性发展的转折点。

当前的流通市场也能让人们感受到冬天里涌动的生机。新春是消费旺季,一系列促进消费的政策与举措正在“落地”,商业结构调整转型的路线越来越清晰,市场业态多样化发展迅猛,电子商务引领着流通发展新格局……这些都是流通发展的内生动力。此外,我国粮食“十连增”、增加农民收入与保障的各项政策逐步到位、就业和社会保障体系不断完善,甚至单独二胎政策的落实,都是消费市场发展的积极信号,也是扩大消费的基础。



信息消费

近年来,网络购物这种新型消费模式越来越得到认可,以网购为代表的电子商务被称为继百货店、超级市场、连锁店之后的第四次流通革命。专家预计,2013年全年网络零售交易额将达到1.8万亿元,2015年将超过3万亿元,占到社会消费品零售总额的10%以上,逐步进入成熟平稳增长期。



绿色消费

随着资源过度开发使用、环境污染等问题日趋严重,绿色循环、可持续消费受到社会关注。虽然住房、汽车等传统消费热点受到制约,增长放缓,但新型电子产品、智能型家电、节能型汽车、环保家居建材增长迅速。据专家预计,今后一个时期,节能家电市场占有率将达到80%以上。

高虎城表示,绿色循环、可持续消费是今后一个时期推动我国社会经济持续发展、经济增长结构调整的内在动力,是生态文明建设的重点任务。我们扩大消费不是支持铺张浪费,而是促进绿色循环、可持续消费。今后商务部将以推进绿色低碳消费、促进可持续发展为重点,推动绿色低碳采购,培育绿色低碳市场(饭店),引导绿色低碳消费,带动绿色产品开发和节能环保产业发展。具体来讲,就是一要推广绿色采购,引导流通企业扩大节能产品销售,促进低耗材、低排放、易回收、可再生利用的生活用品生产供给。二要发展绿色流通,培育绿色市场(饭店),在饭店、酒店等场所实施“绿色照明”工程。推进绿色供应链建设,促进流通企业向上延伸引导绿色生产,向下延伸保障安全消费。

品牌消费

近年来,中国人出国消费激增,据统计,今年“十一”中国游客在境外高档用品消费超过65亿欧元。这也部分体现了消费升级的趋势和消费者希望增加品牌消费。

高虎城表示,高端品牌境外消费激增,不仅与价差大有关,还与赴境外旅游

在线租车新体验

本报记者 谭辛

车一族开始感叹:买了车却用不起。养车成本正成为车主们面临的难题,项目多费用高,让不少有车一族纠结于养车之贵。其实,租车服务不仅能够让人享受到各种类型车辆的驾驶乐趣,还不用为停车费、保养费、油费等烦恼,虽然国内汽车租赁是潜力巨大的朝阳行业,但这种绿色低碳出行方式还处于起步阶段。记者通过采访调查发现,价格贵、不便利、服务体系不健全是阻碍消费者租车的最大问题,此外租车出行的理念也尚待培育之中。

日前,一种全新的在线租车模式出现在公众眼前。通过全国的租车资源在线查询,同类型的车比价挑选,先用后付的模式为租车人提供了最大限度的服务保障。记者发现,以往租车的流程是先在网

上搜索各个租车公司的电话,挨个询问比价,车看不到实物不说,还经常会出临时缺车的情况,误时误事。而线上一站式的租车平台,让有租车需求的人能够在短短几分钟之内迅速找到心理价位满意的待租车辆,通过实拍的汽车图片与详实的数据获知汽车的外观新旧与使用情况,并可以与租赁公司在线沟通。

据汇车网副总裁郑楠介绍,汇车网的用户可以先用车后付款,保障用车者的权益。据了解,借助互联网的整合效应,汇车网平台的待租车辆的月增长速度基本上在100%以上。在上线的四个月中,汇车网线上待租的汽车已接近万辆,各种类型款式汽车近百种。

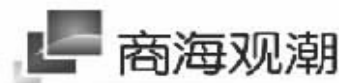
记者发现,目前在我国租车业还处于起步阶段,阻碍租车市场发展的原因有三。首先,目前租车市场上除了几大租

人数快速增加、国际高端品牌定价、国内分销体系不完善、中国品牌竞争力偏弱以及消费心理等多种因素有关。2014年,商务部将引导企业创新设计、改善服务,打造品牌营销、推介、保护和信息公共服务平台,扩大自主品牌消费。从长远考虑,则要着力从四方面入手。一是培育和发展品牌,增加市场供给。推进品牌公共服务平台建设,探索建立品牌消费集聚区,引导企业创新设计、改善服务。适当扩大高端品牌进口,增加供给,促进市场充分竞争。二是加强渠道网络建设,促进公平竞争。推动奥特莱斯、品牌折扣店、品牌连锁店以及网上品牌店等新型业态发展,鼓励发展自营销售平台。加强与境外高端品牌厂商合作交流,引导国际高端品牌合理定价,满足市场需求。会同有关部门加强监管,维护市场秩序。三是树立正确消费观,引导科学消费。开展科学消费宣传活动,改善炫耀、攀比心态,引导消费者树立科学、文明的消费观念。此外,还建议进一步研究推进优化税收结构、扩大免税店及离境购物退税试点等政策措施,不断缩小境内外价差,吸引消费回流。

服务消费

从消费结构看,目前我国服务业与同等发展水平国家相比差10个百分点以上。相对于产品供给过剩,服务供给不足,特别是新兴服务供给明显不足。家政服务、休闲旅游、文化产业等服务消费仍将有较大增长空间。其中,生活服务业蕴藏的商机,尤其是“老”和“小”的需求值得关注。据专家预计,到2015年我国服务业增加值占GDP比重将由2012年的45.6%提高到47.2%。

高虎城表示,幼幼养老等家政服务属生活服务业范畴,大力发展生活服务业,是应对我国人口年龄结构变化的迫切需要,是推动新型城镇化、保障和改善民生的重要举措。商务部将积极贯彻落实国务院促进养老和健康服务业发展的指导意见,研究制定“关于促进基本生活服务业发展的指导意见”,从总量供给、结构布局、服务标准、模式创新、诚信经营等方面入手,加快构建基本生活服务业促进体系。要加快发展大众化餐饮。建设公益性的家政服务信息服务平台,健全家政服务体系。鼓励发展为家庭提供维修、保洁、烹饪等生活服务。在扩大社区服务方面,要健全社区生活消费服务网点,打造一刻钟便民消费圈。探索在大城市建设社区生活综合服务中心,加强对新建、改造社区商业网点和生活综合服务中心工作的指导。在扩大农村服务方面,要按照新型城镇建设发展的需要,不断完善乡镇基本生活服务网络。指导地方以万村千乡工程为依托,规划建设一批辐射力强的乡镇商贸综合服务设施。在具备条件的村镇,建立基本生活综合服务中心。



新商机

北京平谷口岸商品展交会举办

本报讯 记者王轶辰报道:北京平谷国际陆港进出口商品展交会近日在平谷区马坊物流基地举行,这也是在马坊物流基地举办的首届口岸商品展交会。展交会旨在展示平谷国际陆港的企业文化,扩大口岸知名度,初步探索建立集商贸、物流、文化为一体的沟通交流平台。

展交会期间共有参展企业100余家,参展商品300余种(多为口岸直接进出口商品),意向成交额近10亿元。马坊物流基地位于北京市平谷区马坊镇,与津蓟、京沈、津唐、京哈、京承、机场高速等多条高速公路无缝衔接,是北京市“十一五”物流发展规划重点建设的具备口岸功能的物流基地。

2013年1至11月,平谷国际陆港完成外贸集装箱吞吐量36885标箱,同比增长35.7%。货物总重量18.3万吨,货值13.3亿美元。

新业态

远洋商业地产首次落户天津



本报讯 继远洋商业地产品牌——远洋未来广场成功落户北京之后,第二家远洋未来广场于1月1日在天津市河东区开启。

天津远洋未来广场是远洋地产控股有限公司的第三个购物中心,也是其在天津首个完全自主开发及运营的大型城市综合体——天津远洋国际中心的一部分。项目定位于创意生活体验、特色主题餐饮、快速潮流零售于一体的精致家庭生活中心,更侧重于家居、儿童等解决社区购物需求为主的业态集群。同传统意义上的消费型购物中心相对而言,“未来广场”模式是一种生活新模式的开创。

远洋地产集团为进军商业地产制定了“四三一战略”,即商业地产开发占总资产规模的40%,产出30%的利润,占总营业额10%。未来两年,将陆续在北京、天津、沈阳、大连、杭州、中山等城市,新增50万平方米的商业供应。(若琪)

新举措

纺织品牌加快对接百货业

本报讯 记者李予阳报道:日前,中国百货商业协会、中国纺织工业联合会品牌工作办公室成立品牌发展工商联盟,联系全国零售企业、品牌生产企业,通过合作联盟推动工商对接,为纺织服装品牌企业与百货业企业建立合作关系,疏通渠道,创造机会,通过主流零售终端,扩大纺织服装中国品牌的国内市场占有率和影响力。

该联盟将针对国际高端百货业和纺织服装品牌企业抢滩中国市场的趋势,以及消费者的个性化需求和电子商务对传统商业模式的冲击挑战,帮助企业选择目标合作伙伴,促成工商联手合作。促进零供沟通交流,引导企业优化供应链管理,逐步转变现有经营方式,打造工商联手营销体系,形成通畅高效的零供合作机制。共同研究利用互联网技术,加强行业间的数据分享。开展品牌宣传推广活动,培养中国品牌的消费文化和消费氛围,努力营造有利于中国自主品牌成长的生态环境。

新视野

自拍照相馆托起创业梦



2013年11月,当“自拍”(selfie)被英国牛津大学出版社发布为2013年度热词时,浙江树人大学大四学生柯云霞和3位朋友合伙经营的“自拍照相馆”也开始了试营业。在自拍照相馆里,顾客可以选择喜爱的服装、道具,然后操作无线遥控器进行拍摄,自己既是模特也是摄影师。柯云霞的合伙人王志晓认为:“年轻人更懂年轻人的需求。这也是我们的优势,希望能把年轻人的娱乐和创业结合起来。”新华社记者 鞠焕宗撰

