

过去一年,人们从蕴藏的消费需求中发现了创新创业的蓝海

# 新消费模式助力扩大内需

本报记者 李予阳



在网上自选厨师、自选菜单,足不出户就可以享受酒店名厨的星级服务。这是互联网私厨平台给消费者带来的全新体验。改变的不仅仅是消费模式,厨师的职业定位也会随之变化,成为提供上门餐饮服务的创业者和独立经理人。

这只是2015年消费市场创新的一个小小例证。2015年,有更多的老百姓得到了不一样的消费新体验,也有更多的人从消费者蕴藏的需求中发现了令人兴奋的创新创业的蓝海。

## 新兴消费蓬勃兴起

教育、信息、文化体育娱乐、医疗与健康、养老等服务需求持续增长,服务消费占比逐年提高。

2015年,消费成为经济增长首要动力。全年社会消费品零售总额预计达到30万亿元,稳居世界第二,消费对经济增长贡献率接近60%。数据背后是消费领域发生的深刻变化。随着我国人均收入不断提高,消费结构升级趋势日益明显,由生存型向发展型消费升级,由物质型向服务型消费升级,由传统型向新型消费升级。

2015年下半年以来,消费持续保持回升趋势。这既有汽车消费、居住类消费回暖的带动作用,更有服务消费、农村消费、网络消费等结构性变化带来的拉动力。中国国际电子商务中心首席分析师郭召芬说。

传统消费提质升级,新兴消费蓬勃兴起。从消费结构来看,去年以来呈现出几个积极变化:从地区来看,农村地区、中西部地区等地区的消费增速高于全国平均水平;从商品和服务结构的变化来看,服务消费增速快于商品消费,且服务消费中休闲娱乐的消费增长较快;从商品结构来看,节能、智能、健康、绿色的商品消费需求增加。

农村市场正体现出消费产品升级换代的强烈需求,譬如大家电正日益成为热门消费品类。浙江大学农村电商研究中心副主任曲江说。农村消费已经连续3年超过城镇消费,发展潜力很大。到农村去,正在成为众多电商的选择。阿里巴巴早在2014年就宣布启动“千县

万村计划”的农村战略,京东则在全国600个县设立了县级服务中心,在超过1000个县建立了大家电京东帮服务店。教育、信息、文化体育娱乐、医疗与健康、养老、家政等服务需求持续增长,服务消费规模不断扩大,增速持续快于商品性消费,在消费中的占比逐年提高。北京、上海等大城市的近半消费都是买服务,教育、医疗、信息等消费形式不断发展,享受型消费需求旺盛。节假日外出就餐增多,大众餐饮持续红火,旅游市场不断扩大,电影票房不断增加。据悉,2015年全国电影票房有望突破50亿美元。

新型消费模式高速发展。电子商务已经成为我国现代流通创新发展最有活力和潜力的领域,推动中国成为全球最大的网上零售市场。2015年以来,移动电商呈现爆发式增长,线上线下加速融合。O2O已经成为电子商务发展非常明显的亮点,其参与和带动了家庭、养老等各个领域的消费。我们有一个数据,2015年上半年生活服务业类的O2O市场规模超过3000亿元,同比增长超过80%。O2O市场中又有三个数据,一是在线旅游增速超过60%,二是O2O本地生活服务业增速超过70%,三是O2O餐饮外卖增速接近40%。商务部电子商务司副司长聂林海说。2015年1月至11月,网络零售交易额达3.45万亿元,同比增长34.5%。预计2015年网络零售额会达到4万亿元,位居世界第一。

## 供给侧推动消费升级

需通过加快推进重要产品追溯体系建设和积极构建内贸流信用体系提振消费信心

专家表示,去年消费增长快的原因与我国城乡居民收入增加和消费结构升级有关,也得益于我们围绕消费升级需求着力提高供给体系的质量和效率。

内贸的很多工作都是从供给侧来发力的,比如在流通体制改革方面推进了流通体制改革的试点,消除地区封锁、打破行业垄断,对于中小商贸流通企业的扶持政策,降息等这些相关政策以及流通消费的促进政策等措施,都是从供给

端发力,营造更好的市场化、法治化的环境。

2015年发布的《关于促进农村电子商务加快发展的指导意见》《关于加快电动汽车充电基础设施建设的指导意见》等一系列政策措施都着眼于提高供给体系的质量和效率,鼓励市场主体提高产品质量、扩大新产品和服务供给,营造大众创业、万众创新的良好环境,推动消费的升级。

上海、南京、郑州、广州、成都、厦门、青岛、黄石和义乌等九个城市的内贸流通体制改革综合试点启动,力争通过一年左右探索,在流通创新发展促进机制、市场规制体系、基础设施发展模式、管理体制等方面形成一批可复制推广的经验和模式,为全国统一市场建设打好基础。

加快推进重要产品追溯体系建设,提振消费信心。1.3万多家企业建成肉菜中药材流通追溯体系,覆盖20多万商家户,初步形成辐射全国、连接城乡的追溯网络,中央平台累计汇总追溯数据近10亿条,实现对每天3万多吨肉菜蔬菜等中药材的信息可追溯管理。消费者可通过追溯体系查到肉类蔬菜来源及责任人,消费者的消费意愿也将相应提高。

积极构建以行政管理信息记录、社会信用综合评价、第三方专业信用服务为核心的内贸流通信用体系。加强打击侵权假冒制度和机制建设,建立了全国侵权假冒物品数据库,推进侵权假冒行政处罚信息公开。从2014年末至2015年11月末,各行政执法部门共公开行政处罚案件近3万件,案件公开率约30%,比上年末提高约10个百分点,初步实现了规范部门执法、加大违法惩戒力度、维护消费者权益和促进法治化营商环境建设的目标。

## 新消费模式潜力无限

下一步 将加快推进重点领域制度创新,维护全国统一市场和各类市场主体公平竞争

我国已进入消费需求持续增长、消费结构加快升级、消费拉动经济作用明显增强的重要阶段。着力扩大居民消

费,引导消费朝着智能、绿色、健康、安全方向转变,以扩大服务消费为重点带动消费结构升级。十三五规划的建议指明了扩大消费的发展方向,也为产业结构调整 and 大众创业、万众创新提供了新思路。

《国务院关于积极发挥新消费引领作用加快培育形成新供给新动力的指导意见》则明确提出了消费升级的重点领域和方向,包括服务消费、信息消费、绿色消费、时尚消费、品质消费、农村消费等六大重点领域。这些都是下一步消费增长的重点领域。

消费者的消费需求是多种多样的、不断变化的、持续升级的,目前有很多需求存在供给不足的现象,满足不了人民群众的消费需求。因此,扩大消费要创造有效供给。而创造有效供给关键在有效。北京工商大学教授洪涛表示。

促进新消费就是要适应我国居民消费呈现出的从重视量的满足向追求质的提升、从有形物质产品向更多服务消费、从模仿型排浪式消费向个性化多样化需求的升级。2016年,我国将加大服务业对内对外开放力度,加快推进公立教育、医疗、养老、文化等事业单位分类改革,尽快将生产经营类事业单位转为企业。同时,创新公共服务供给方式,推动服务业大繁荣大发展,从而使服务消费迈上新台阶。

以推动人口城镇化为抓手壮大消费群体,加快户籍制度改革,支持农业转移人口自用住房消费等改革措施将逐渐展开,加快推进城镇基本公共服务向常住人口全覆盖,完善社保关系转移接续制度和随迁子女就学保障机制等措施都将从体制机制上释放被压抑的消费潜力。

下一步,我国将加快推进重点领域制度创新,破除阻碍消费升级和产业升级的体制机制障碍,维护全国统一市场和各类市场主体公平竞争,以制度创新助推新兴产业发展,激发市场内在活力。

可以预见,新消费将催生相关产业发展、科技创新、基础设施建设和公共服务等领域的新投资新供给。消费升级需求将鼓励市场主体提高产品质量,扩大新产品和服务供给,营造大众创业万众创新的良好环境。

## 消费观察

### 推出分权度假屋换住平台 我享度假 创新消费理念

本报记者 沈则瑾

我享度假 通过完整的旅游地产生态闭环解决了旅游地产销售难题,为向往度假生活的家庭规划了解决方案

今年1月3日,国内首个致力于推动度假屋分权共享理念并基于移动互联网与分享经济的互联网创新型平台企业“我享度假(Weshare)”正式上线了分权度假屋共享换住平台。产权共享+交换共享的创新模式大幅降低了度假屋的购买与使用成本。通过该平台,消费者可以轻松实现分权度假屋交换换住、出租转让,享受平台提供的度假旅行服务。

随着人们生活水平的提高,很多人希望在气候宜人的海滨或景区购买度假屋,但困扰随之而来:高额的购置成本、利用率低造成的闲置浪费,度假自由受限,无专业托管等,这也构成了中国旅游地产消费得不到快速发展的痛点。

Weshare让每个家庭从此轻松度假。这是平台创始人李嘉政的心愿。他认为,Weshare推出的这一模式核心在于“产权共享+交换共享”的二维共享理念,采用12人按份共同购置度假房屋产权。当普通消费者按份享有每年28天的度假居住时间后,可以轻松拥有自己的分权度假屋,酒双版纳3.49万起/份、厦门6.9万起/份、三亚8.2万起/份,并按份拥有每年28天的免费度假居住时间,实现全国热门度假胜地的别墅、洋房、四合院或公寓等多种物业之间的轻松换住。

途家网CEO罗军在平台上线发布会上说,他认同并看好Weshare这种全新的商业模式,对平台未来发展前景持积极乐观的态度。他宣布途家网与Weshare已达成战略合作,实现全球房源深度打通共享,Weshare会员将可轻松换住途家全球度假资源,实现全球换住梦想。

Weshare将颠覆旅游地产的营销模式,帮助中国旅游地产真正实现去库存,迎来发展机遇。住建部原副部长、党组副书记刘志峰认为,Weshare是“互联网+共享经济”理念下的创新产品,通过完整的旅游地产生态闭环解决了开发商的旅游地产销售难题,更破解了中国家庭度假消费难题,为越来越多的向往度假生活的家庭规划了解决方案。

易居(中国)控股有限公司董事局主席兼总裁周忻说,Weshare的创新商业模式是从普通消费者切身体会和实际利益出发的,既顺应时代发展,也符合市场需求。相信Weshare一定会改变现有中国旅游地产市场的格局,加速中国旅游地产健康、迅速发展。

据了解,由Weshare主办的首届热门分权度假屋淘金大会将于今年1月中旬在上海举行,万达、恒大、绿城、碧桂园、绿地等知名地产开发商推出的遍及三亚、青岛、西双版纳等国内旅游度假胜地的近30个热门度假产品将亮相,消费者将有更多机会选择购入分权度假屋。

## 彩电产品竞争趋向多元化 关注农村市场增长将成重点

本报记者 艾芳

近日,由中国电子商会、中国电子技术标准化研究院共同主办的2015年(第十一届)中国平板电视行业大会上,发布了《2015年中国平板电视消费及2016年趋势预测报告》。《报告》显示,2015年中国平板电视销量小幅增长,将达4400万台,预计2016年消费需求仍不会有明显增长。

有关专家认为,我国平板电视消费在经历了连续多年的高速增长之后,从2014年开始保持平稳态势,而2015年以来愈演愈烈的价格战,将彩电行业整体推向利润下滑的边缘。一方面,宏观经济和市场环境依旧形势严峻,使得彩电消费市场增长乏力,对消费的驱动效应也出现减弱态势。另一方面,互联网彩电品牌异军突起,互联网公司的大量涌入让行业竞争更为惨烈。除涉足行业较早的清华同方、联想、乐视、小米外,2015年以来,PPTV、暴风超体电视、CAN超能电视等陆续加入市场竞争。品牌结构已然发生变化,最为明显的是外资品牌整体市场份额缩小。《报告》显示,外资品牌销量占比下降15%,仅剩三星、夏普、索尼、LG品牌。

2015年,随着4K成为大尺寸电视标配,发展新型显示技术、差异化竞争成为彩电企业破局的主要路径。这一年中,显示技术竞争最为激烈。创维、LG推动了OLED电视发展,海信选择ULED和激光影院的双轨并行,三星、TCL则开启了量子点时代等。

2015年,线上市场的持续增长之势使得家电网购规模占到家电整体消费市场的17%。三四线城市的电商渠道以及农村市场还未完全开发,仍有增长空间。在线上平台的家电品类中,平板电视占比最高。《报告》显示,经过几年的不断洗牌,电商行业的集中度已明显提升,线上渠道平板电视份额中的94.5%集中在几大电商平台,其中京东以54.6%的占比一家独大。

中国电子商会副秘书长陆刃波表示,电商方便快捷的优势非常明显,而实体店的体验模式对用户同样重要。在互联网+时代,线上电商平台和线下实体店互为补充和渗透,在二三级市场渠道格局趋于稳定。不过,无论是线上还是线下,都在加速布局农村市场。尤其是电商,更加重视农村市场的开发及投入。

对于彩电行业而言,2016年关注农村市场增长将成为重点。农业部计划用3年左右时间,通过对农民开展手机应用技能和信息化培训,提升农民利用现代信息技术便利生活的能力。有关调查数据显示,在农村市场,平板电视拥有率仅为26%,未来将会有比较大的市场需求。不少彩电企业已经纷纷将重心向三四级市场转移,并加速市场产品的升级换代。

本版编辑 李亮 梁剑箫

# 将我国的消费红利留在本土

关利欣

十二五时期以来,消费对国内生产总值增长的贡献率已经超过投资,成为国民经济增长的第一拉动力。随着以服务消费、信息消费、绿色消费等为代表的消费不断普及,我国的消费结构、产业结构、供需结构也将在其引领下实现转型升级。

改革开放以来,我国居民的消费结构经历了由贫困型向温饱型,又由温饱型向小康型的转变。现阶段,我国正面临新一轮消费结构的升级,居民消费由生存型向享受型、发展型转变。教育、旅游、健康、文化娱乐等服务消费和信息消费为引领的信息消费成为新一轮消费热点,消费升级呈现以下发展趋势:

从商品消费向服务消费升级。服务消费的增速远高于商品消费。其中,教育、健康、养老、文化、旅游等服务消费的增速远远快于食品类和衣着类,占总消费的比重大幅上涨。服务消费成为拉动消费增长的主要动力。

从传统消费向新型消费升级。信息

技术的广泛运用特别是移动互联网的普及,改变了传统的消费习惯、消费模式和消费流程。收入水平的提升和中高收入群体规模的壮大,使得体现个性特征的时尚品牌商品和服务日益普及。体验式消费、信息消费、绿色消费、时尚消费等新型消费的潜力将加速释放。

从农民消费向市民消费升级。随着农村居民收入持续较快增长,城市消费示范效应扩散,消费观念和消费方式快速更新,农村消费表现出明显的梯度追赶型特征。城镇化水平的提升和农民工进一步融入城市生活,将使农村消费向城镇消费升级。

从经济运行轨迹看,我国居民消费结构的升级对产业发展起到了助推器的作用。上世纪80年代初期,以“新三件”为代表的必需品换代升级带动了我国轻工、家电等行业的发展。90年代中期,手机、电脑、汽车等耐用消费品的普及又对我国通信、电子、钢铁、机械制造等行业产生了强大的拉动力。当前的第三

次消费升级正驱动着交通通信、教育文化、健康旅游等相关产业迅猛发展,并与“互联网+”加速融合。

新消费将通过引导投资方向实现产业结构进一步升级。当前的新消费为企业带来了更广阔的市场空间。一方面,企业可以开拓更加细分的服务业市场,如职业技能培训、文化艺术培训等教育培训、健康管理、体育健身、高端医疗、生物医药等健康市场,家政服务,老年用品、照料护理等养老产业,以及文化、旅游等产业。另一方面,企业可以拓展技术创新带来的新领域,如互联网+协同制造,机器人、汽车、商业零售、交通运输、农业、教育、医疗、旅游、文化、娱乐等产业的跨界融合,以及可穿戴设备、智能家居等智能终端相关技术研发和产品服务。企业围绕消费市场的变化趋势进行投资、创新和生产,将推动我国产业向服务引领、创新驱动转型升级。

当前,我国消费市场供给和需求不能有效匹配。在需求端,随着我国人均收入

水平的提升和中等收入人群的扩大,居民消费需求不断升级,更加青睐个性化、多样化、高品质、国际化的商品和服务。国内有效供给不足导致众多高端消费转移至海外。众多传统产业产能过剩,去库存面临巨大压力。低技术含量、低品质产品服务绝对过剩的同时,高性价比、高品质的产品服务相对短缺。

在新消费的引领下,供给侧改革将扩大有效供给,满足不断升级的消费需求,从而实现供需匹配。在消费升级的大趋势下,企业通过加大创新力度,提升产品品质,提供满足消费、引领消费的新产品和服务,能够更好地满足智能化、个性化、时尚化的消费需求,通过加强用户体验适应品质消费、可持续消费的大趋势。供给侧改革将有效释放企业开拓市场的活力,顺应民众消费需求的新变化,开发更多适销对路的商品和服务,通过增加供给来满足新消费,将我国的消费红利留在本土,从而进一步扩大内需。

(作者单位:商务部研究院消费研究所)