

## 市场瞭望

前三季度国内黄金消费量849.70吨

## 多因素促黄金消费持续回暖

本报记者 暴媛媛

中国黄金协会11月6日发布的统计数据显示,今年前三季度,国内累计生产黄金289.745吨。与去年同期相比,减产23.344吨,同比下降7.46%。其中,黄金矿产金246.842吨,有色原料产金42.903吨。另有国外进口原料产金83.082吨,同比增长34.24%,全国累计生产黄金(含进口料)372.827吨,同比下降0.57%。中国黄金、山东黄金、紫金矿业、山东招金等十二家大型黄金企业集团国内黄金成品金产量和矿产金产量分别占全国产量(含进口料)的53.44%和43.33%。

来自中国黄金协会的信息显示,为实现黄金行业可持续发展,今年以来不符合环保要求的黄金企业陆续减产并关停整改,各重点产金省、重点产金企业矿产金均出现不同程度下降。黄金行业已由高速增长阶段转向高质量发展阶段,并处在转变发展方式、优化产业结构、转换增长动力的关键时期。各大黄金集团积极推进技术创新,加强对行业关键、共性技术难题的研发和攻关,如大型成矿区带成矿规律研究,低品位、难选冶资源利用,超深部矿体开采,无(低)氰提金技术等,为行业持续发展提供牢固的技术支撑。

同期,全国黄金实际消费量849.70吨,同比增长5.08%。其中,黄金首饰消费量538.85吨,同比增长6.94%;金条消费量210.85吨,同比下降5.05%;金币消费量18.10吨,同比增长6.47%;工业及其他用金消费量81.90吨,同比增长24.68%。

数据显示,国内黄金消费持续回暖,首饰销售继续稳定增长,金条销售降幅收窄。一方面,金价下跌驱动了消费者对黄金饰品的购买行为。其中,一二线城市消费者更加看重服务和品牌,越来越偏好于创新设计的黄金饰品,黄金加工企业也更乐于开发高附加值产品以满足一二线市场;同时,传统足金首饰则仍在三四线城市占据较大市场份额。另一方面,受金价持续下跌、汇率变化、股市大幅下跌等因素影响,一系列复杂的内外局势推升了黄金的避险需求,金条、金币消费开始回暖。此外,由于电子产品需求旺盛,促使工业用金量增幅继续扩大。

在行业转型升级的形势下,国内主要黄金生产企业继续聚焦降本增效、深度挖潜。中国黄金采取大宗物资集中采购、避峰就谷用电等多项节能降耗措施,全过程成本管控不断向纵深推进;紫金矿业紧紧围绕“抓改革、稳增长、促发展”工作主线,深化改革,推进建立简洁、规范、高效管理体系;山东黄金积极加强内部挖潜,全方位推进精细管理,提高生产效益,以增强企业综合竞争力。

与此同时,黄金行业“走出去”不断涌现新成果。今年以来,中国黄金购买俄罗斯克鲁奇金矿70%股权,首次实现中国国有企业对俄罗斯战略级资源控股;山东黄金在香港H股主板成功挂牌上市,迈出了走向国际资本市场的第一步。

引进优质商品 吸引消费回流

## 电商平台发挥优势促进消费升级

经济日报·中国经济网记者 黄 鑫 实习生 毛钧谊

## 透视

近年来,我国进口商品数量不断增长。在消费升级的形势下,电子商务平台发挥功能优势,在引进优质商品、促进国内消费升级方面起到了积极作用。从长远看,还可以促进国内相关产业的发展,倒逼产业升级。



这是上海虹桥世界中心内的进口商品展示厅。随着上海自贸区建设的推进,越来越多的进口商品进入中国市场。

新华社记者 方 喆 摄

要矛盾,促进消费升级。”国务院发展研究中心市场经济研究所副所长王青说。

国务院参事室特约研究员左小蕾表示,就目前的发展来看,消费升级才是增量,进口品牌则可以满足消费升级的需求。电商平台在促进进口方面起到了重要作用。跨境电商开始于B2C(企业对个人),电商平台在扩大进口方面是开拓性的,通过电商平台进入国内的进口商品能够满足国内消费升级的需求,这无疑会对经济发展贡献增量。

近年来,我国进口商品保持平稳增长趋势,总额已超过10万亿元。中传一京东大数据联合实验室副主任、中国传媒大学副教授顾洁介绍说,电商平台对进口品牌销售的不断推动,高科技、高品质、高质量的进口品牌也吸引了越来越多中国消费者。《中国电商进口品牌发展报告》显示,2018年的进口品牌SKU(库存量单位)数量较2016年更是增加了156%,进口品牌商品更加丰富。

## 细分消费对象

想要真正扩大进口,并以此拉动中

国经济发展,是一个综合性问题。对此,商务部内贸专家委黄海认为,需要从深化改革、调动市场、完善体制等多方面共同促进。同时,帮助进口品牌更好地了解中国消费,构建大型电商平台,以及完善监管系统,均不可或缺。

专家认为,从消费群体角度来看,未来对进口品牌的消费要细分对象。比如,年轻一代的消费观是“短平快”,他们的更新换代频率较快,品种要丰富;成熟群体则更青睐高端产品。因此,把握不同群体的消费特点和消费倾向,有助于进口品牌开拓中国市场。

“我国在消费方面呈现出从量的满到质的提升趋势。目前,电商平台推动进口品牌更快、更好地引进来,已经成为国内消费者与国外品牌商的连接桥梁。”中国社会科学院财经战略研究院流通室主任、研究员绍华说,通过电商平台的评价反馈,许多进口品牌可以了解、考虑到中国消费者的需求,以中国消费者的需求引领世界生产,无疑对国内品牌提升品质也起到了助力作用。

在进口商品“走进来”过程中,电商平台发挥了重要的桥梁作用。在后续的

推广、普及层面,京东等电商平台打造的“社交+平台+产品+服务+数据”新模式,有效提升了进口品牌商品美誉度与消费者的信任度,依靠电商平台完善的物流体系和供应链能力,促进了进口品牌的便利化购买。

此外,电商平台还带动了进口品牌的精准销售,电商平台特色化和差异化的布局,以及依托大数据,通过消费者购买行为建立用户画像,能帮助进口品牌快速获得市场信息,加速商品生产、消费反馈,实现精准营销、定制销售等。

## 倒逼产业升级

事实上,电商平台不仅对扩大进口、提升消费升级起着重要的推动作用,还可以促进国内相关产业发展,倒逼产业升级。

目前,在电商平台上诸如母婴、保健品等产品,进口品牌优势相对明显。对此,左小蕾认为,这既反映出消费升级的变化,也说明了建立信任的重要性。一方面,像京东这样具有诚信品牌效应的电商平台,在促进进口消费的过程中格外重要。另一方面,国内品牌也必须构建起更高端的品牌形象,提升自己产品的议价能力。

“以开放倒逼国产品牌不断创新,才是未来发展的必然之选。”顾洁认为,进口品牌与国产品牌之间其实并非“零和博弈”,而是“引进来”与“走出去”的辩证关系。在“引进来”的时候,优质电商平台为中国品牌和国际品牌创造了同台竞争的机会,是重要的竞技平台和信息平台。进口品牌在电商平台的强势表现,有助于消费品供给的品质提升。同时,进口品牌带来的新产品技术、新产品理念,也会推动国产品牌的技术进步,让优质产品“走出去”。

“长期来看,我国经济发展肯定是一个升级的过程。目前,我国存在低端商品供给过剩等风险。面对消费升级大趋势,国内品牌在追赶进口品牌时,要建立更高的标准,追求更高的质量和更强大的影响力。”王青说。

## 消费升级迫在眉睫

赵萍认为,扩大进口对消费升级意义重大。一方面,许多国家和地区的特色进口商品无法替代,它们更便捷地进入国内,有助于补齐消费升级过程供给不足的短板;另一方面,扩大进口能够有效引导消费回流,吸引越来越多的消费者“看身边”。此外,扩大进口也可以倒逼我国产业结构升级,推动国内企业在同台竞技过程中不断提升品质,增强供给能力。

“当前,社会主要矛盾是人民日益增长的美好生活需要与不平衡不充分发展之间的矛盾,扩大进口有利于解决这个主

中国太平 CHINA TAIPING

世界500强  
FORTUNE GLOBAL 500

高  
卓  
智者随行

江湖之远,心向往之。  
事成者,  
人生知进退;  
功成者,  
取舍皆有度;  
财富之道,  
攻守兼备,  
不疾而速。

# 太平卓越智臻终身年金保险 (分红型)

短期投入,终身领取,卓越与生俱来  
高额领取,增福添寿,智臻成就精彩  
双高设计,周转灵活,自由随心掌控  
分红助力,保额递增,美好用心传承

本产品为增额分红保险产品,红利分配是不确定的,其年度红利以增加保险金额的方式实现,期末还可领取终了红利。

太平人寿保险有限公司  
TAIPING LIFE INSURANCE CO., LTD.



太平人寿是中国太平保险集团有限责任公司(以下简称“中国太平”)旗下专业寿险子公司,为我国中大型寿险公司之一。公司总部设在上海,注册资本金100.3亿元,总资产超过4300亿元。中国太平拥有89年品牌历史,是管理总部设在香港的中管金融保险集团。2018年,中国太平高质量进入世界500强。

作为中国太平战略发展的主要力量,太平人寿坚持“共享太平”的发展理念,自开业以来,公司实力不断增强。2018年,惠誉国际连续第三年对太平人寿做出“A+”评级,评级展望为“稳定”。目前,太平人寿已开设37家分公司和1100余家三、四级机构。