

线下场景逐渐修复,线上促销加大力度——

电商平台火热促消费复苏

本报记者 冯其予 黄鑫 李芃达

荔枝、枸杞、小龙虾、空调、冰箱、小家电……伴随着今年“618电商网购节”的启动,消费者轻点鼠标就将心仪的商品收入囊中。各大电商平台早早感受到这份炽热:在京东,活动启动当天近五成中小商家成交额增长超200%;在淘宝,6万多个小众趋势品类增速超100%……

多位专家在接受经济日报记者采访时表示,伴随着线下线上消费全面回升,今年电商网购节将进一步激发消费市场活力,助力消费稳步回升。

新产品占比持续增长

今年电商网购节期间,消费者对各种品类的新产品尤其关注,成为拉动品类、品牌甚至整体消费的驱动力之一。各大平台也通过加大营销补贴力度、优化供应链降低成本、加强售后服务等举措来吸引消费者。

从京东平台电商网购节销售情况看,各主要品类新品增速都领先大盘,这延续了今年以来新品消费占比整体持续增长的态势。其中,涨幅较高的有数码、运动户外、宠物用品、电动车等,这反映出多种消费场景正在恢复与延伸。家电、手机等虽然消费结构占比有所降低,但新品增长依然可观。

同时,下沉市场正在迎来爆发期,消费增长处于领先地位。消费者不再拘泥于传统的购物渠道,更愿意发掘和尝试多元化购物方式,直播、即时零售和线下体验颇受青睐,总体意愿增长20%。

电商网购节期间,各大平台加大对中小商家的支持力度。淘宝首次为中小商家设立专属营销通道,大力度定向补贴中小商家,目前已经吸引近百万中小商家报名、商品数超1000万。同时还推出了广告补贴、AI智能提效、营商保障,以及下调商家佣金费率等举措。此外,为切实做到控成本提效率,各电商平台也使出浑身解数优化供应链,以降低运营成本提升运营效率。

“在场景修复带动消费人气热度回归、服务消费出现报复性恢复后,消费能力不足、未来预期不佳等内生增长动力问题再次成为制约消费持续复苏的关键因素,修复刚需时点。”国家信息中心经济预测部副研究员邹蕴涵表示,在这种情况下,电商网购节通过补贴等多种方式进一步减轻消费者负担来增强消费意愿,有利于促进消费加快复苏。



多举措激发市场活力

在疫情防控平稳转段、消费需求结构性反弹的情况下,今年电商网购节抓住消费复苏的有利时机,通过多种方式进一步激发消费市场热情。

从今年电商网购节的特点来看,“消费需求呈现新变化,智能、绿色家居家电产品和线上服务等成为消费热点”。商务部研究院流通与消费研究所研究员关利欣分析认为,消费者线上消费热情恢复,实物商品网上零售额占社会消费品零售总额的比重较前期有所上升。同时,平台加大让利消费者和商家的力度,促销规则更加简明实惠。

从促销手段看,有平台采取直接补贴的办法。拼多多的网购节活动覆盖平台所有品牌好货,涵盖手机、数码、家电、美妆、生鲜、食品、母婴、服饰等全品类商品。抖音、唯品会等电商平台则采取商城免佣金、流量倾斜低价产品等方式进一步激发消费动力。

“当前,线下消费场景的修复已经基本完成,对线上消费具有一定的替代性,因而

今年电商网购节的促销力度较往年更大。”邹蕴涵表示。

第三方调研机构近日发布《618消费趋势调查》报告指出,疫情后六成受访者不追求绝对低价,而会综合考量品质和服务,可靠的服务和保障成为消费者选择平台消费的首要因素。以京东平台为例,今年京东持续提升服务项目所覆盖的品类、时长和力度,推出食品半月试吃无忧、半年囤货无忧、家居180天可退可换等创新服务。针对家电家居等大件商品,京东物流首创“送、装、拆、收”四位一体的末端“最后一公里”服务,为消费者提供更加省心的服务体验。

有关专家表示,今年前5个月,宏观政策靠前协同发力,经济社会全面恢复常态化运行,接触性服务加速恢复,就业物价总体稳定,消费新热点持续涌现等为消费市场复苏创造了有利条件。同时,也要看到国际环境依然复杂严峻,国内需求仍显不足,消费回

升内生动力还不强,因此促进消费仍需要长期发力。

寻找新的消费增量

这个“618电商网购节”,平台、商家都希望借机寻找新的消费增量。

京东平台网购节情况显示,今年新节能产品不仅销量增长,而且渗透率持续提升。淘宝首次设立左撇子公益会场上线,左手用的餐具、文具、鼠标等万种左手商品源源不断在平台上架,体现出中小商家对小众需求的敏锐洞察。

“今年的电商网购节是我国经济生活全面恢复后的第一个以电商为主要场景的大型促销活动,带动了众多电商和线下实体零售及服务企业参与,将对更好地促进、引领消费产生非常积极的作用。”国务院发展研究中心市场经济研究所所长王微表示,借助线上消费大数据,可以有效赋能实体零售服务企业,能够带动制造业、服务业发展,推动创造新产品、新服务、新场景,加快形成消费引领供给、供给创造需求的发展格局,更有效地满足消费和释放消费潜力。

关利欣表示,要进一步释放消费潜力。短期看,需采取促消费举措提振消费信心,支持服务业创新发展,丰富线下消费场景。长期看,需继续完善促消费长效机制,在保障不同收入群体消费能力的基础上,丰富多元化消费供给,改善消费条件,用改革的举措解决制约消费潜力释放的问题,支撑消费恢复和扩大。

“从重点品类看,下半年服务消费将保持强劲复苏势头,餐饮、旅游等将保持较高热度,服务消费补缺口效应在下半年将达到高峰,商品消费将保持温和增长。”邹蕴涵表示,促消费要大力推动场景创新。加强消费领域“放管服”改革,简化消费场景创新活动审批程序。在不影响正常生活秩序和交通安全等前提下,允许社区、小区在公共场地、闲置空地等设置跳蚤市场、微型集市等特色市场,满足社区居民就近购物、餐饮等消费需求。及一些日常生活服务需求。

产业聚焦

业界点睛

□ 杨典

模式创新创造市场增量

在数字经济发展中,电商模式是我国业态创新取得的突出成就。《2022年中国网络零售市场发展报告》显示,2022年,全国网上零售额达13.79万亿元,同比增长4%;网上零售额占社会消费品零售总额的27.2%,较上年提升2.7个百分点。跨境电商发展迅速,出口额同比增长11.7%。这些数据表明,电商模式创新对扩大消费、推动构建新发展格局、促进我国经济高质量发展具有十分重要的意义。

我国存在多种电商模式。一种是货架电商。依托互联网技术,平台公司搭建网络虚拟商场,提供交流工具与支付手段,并建立信誉评级机制和商品评价系统。另一种

是兴趣电商。依托数字技术,商家通过智能推荐技术有效触达消费者,并通过直播、短视频等内容来刺激消费者的潜在需求,即“货找人”。值得一提的是,电商企业在2022年提出“全域兴趣电商”概念,核心在于运用技术力量实现对消费领域的全面深耕。一方面,开拓“人找货”和“货找人”双向链路,促进短视频、直播等内容场和商城、搜索等中心场的协同配合。另一方面,强化品牌形象,深化品效协同,帮助商家把握市场动向,推动商品更迭和营销策略改进。

电商模式的创新,对推动国货高质量发展促进企业转型升级发挥了关键作用。就国内市场而言,电商模式为国货吸引了大

量人气,增强了品牌认可度,拓展了消费社群。《2022抖音电商国货发展年度报告》显示,2022年,抖音电商国货品牌销量同比增长110%,国货直播间浏览量同比提升2106%。通过举办特色活动,开展扶持计划等举措,电商平台为国货品牌创造了更多机会,新锐品牌层出不穷,老字号品牌重塑活力。

电商模式创新对扩大内需、畅通国民经济循环发挥了重要作用。全域兴趣电商模式贯穿消费的各个场景,在吸引用户、激发购物兴趣的同时,还能满足用户的主动购物需求,实现兴趣的高效承接与消费转化。同时,基于更快速的消费者反馈机制和更灵活

的市场洞察,厂家得以不断细化产品定位,进行差异化营销与竞争,对不同类型消费者,甚至是极小群体的消费偏好进行深度挖掘。可以说,电商的模式创新不仅盘活了存量,而且创造了增量,通过挖掘人们的良性消费意愿,开拓了广阔的蓝海市场。

随着产业转型升级,如何突破原有瓶颈、抓住发展机会,对于企业具有重要意义。未来应进一步发挥电商平台的作用,积极助力供给端企业发展,构建成熟的消费细分市场。一是完善优化消费者兴趣洞察。电商新模式应不断完善优化智能推荐系统,不仅要有效利用人工智能等新技术,而且要从理论框架上多维度深入洞察和理解消费需求;同时,也应进一步促进和规范数据要素的使用。二是探索相关品类全域兴趣电商“货找人”模式与我国文化资源开发相结合的路径。三是深化电商新模式,全链条助力国货产业发展,推动国货产业品牌化,为品牌数字化运营和数字化转型搭建绿色通道。

(作者系中国社会科学院社会学所副所长)

去年夏季,受持续高温和主要江河来水偏枯等多重因素影响,我国一些水电大省出现了电力短缺的情况。今年这种情况是否还会出现?如何通过电力供需调节做好今年的迎峰度夏工作?经济日报记者就此采访了相关专家。

“2022年夏季四川、重庆等地电力供需形势紧张,主要原因是持续罕见高温天气叠加来水严重偏枯。”中国电力企业联合会统计与数据中心主任王益炬分析,受去年下半年以来降水持续偏少导致主要流域水库蓄水不足、降水继续偏少影响,今年以来水电生产产能持续下降,水电出力尚未得到有效改善。

据悉,水电是我国电力来源的重要组成部分。当前,我国常规水电装机3.7亿千瓦,占总装机容量比重为14%,全年常规水电发电量占总发电量比重为15%。据统计,我国具有季节调节能力的水库电站装机占比不到一半,大部分常规水电出力要“靠天吃饭”,降水的不确定性对水电出力影响大。

中国电力企业联合会统计数据显示,今年前4个月,全国规模以上水电发电量同比下降13.7%,5月水电生产延续下降趋势,预计当月水电发电量同比降幅比4月进一步扩大。

受极端天气多发频发,叠加近年来新能源大量接入的影响,我国电力供需平衡压力日益增加。如何挖掘需求侧调节潜力,消解高峰时段压力?

中国电力企业联合会规划发展部主任张琳表示,近年来新能源持续快速发展,但其固有的随机性、波动性、间歇性特征,使得高比例接入电力系统后,增加了系统调节压力。另外,一些地方受来水、温度等气象方面的影响用电紧张,迫切需要有机整合源、网、荷、储各类调节资源,特别是挖掘需求侧调节潜力,为系统持续稳定运行提供支撑。

“当前,我国电力系统存在调节能力不足、保供压力大等突出问题。通过电力需求侧管理合理引导电力消费,可以有效降低高峰电力需求,在缓解电力供需缺口方面发挥重要作用。”张琳表示,经过多年的实践和发展,需求侧资源已不只是一类电网应急资源,正逐步成为一种广泛参与电网运行、实现供需双侧资源协调优化的重要资源。

由于风电光伏发电可用容量低,难以保障实时用电要求,极端天气条件下出现大范围停电的风险显著增加。未来,要确保更高水平电力供需动态平衡,避免“拉闸限电”,若仅依靠增加发电可用容量,将会产生大量电源电网低效投资,推高电力供应成本。

张琳表示,通过需求侧管理,在合理调整电力供需平衡,优先保障民生用电以及重点企业、重点行业、重点场所用电的基础上,削减尖峰负荷,能够有效减少装机需求,节约电网投资,提高设备利用效率,缓解时段性电力供需矛盾。

“需求侧资源参与新型电力系统调节的主要方式为需求响应和有序用电。对需求响应而言,峰谷电价、尖峰电价等价格型需求响应是基础性调节手段,市场化的激励型需求响应则是叠加性调节手段,更加具有针对性,而有序用电是电力系统应对极端情况的有效调节措施。”张琳建议,应从多方面挖掘需求侧响应潜力,推动“源随荷动”向“源荷互动”转变。一是着力提升大工业高载能负荷灵活性。二是引导电动汽车有序充电,鼓励开展车网双向互动研究。三是推进共享储能、虚拟电厂等技术大范围、规模化应用,实现将大量、多元、分散的灵活性资源聚合起来,参与系统调节。四是推动规模化长时储能技术突破,推进氢能等新兴需求侧资源与新能源深度耦合,满足新能源多日或更长时间尺度调节需求,推动局部系统平衡模式向动态平衡过渡。

“正常气候情况下,预计今年全国最高用电负荷13.7亿千瓦左右,比2022年增加8000万千瓦左右。若出现长时段大范围极右气候,则全国最高用电负荷可能比2022年增加1亿千瓦左右。”王益炬说,今年迎峰度夏期间,预计全国电力供需总体紧平衡,部分区域用电高峰时段电力供应偏紧。

本版编辑 乔金亮 陶 琦 美 编 王子莹

邮储银行天津分行 小微易贷助力中小企业发展

近2年,邮储银行天津分行不断优化产品,提升客户体验感,先后推出了抵押e贷、担保e贷、政策e贷、政务e贷、科创e贷、产业e贷等模式。

抵押e贷是邮储银行天津分行解决小微企业融资办理材料多、时间长、流程繁琐等问题的全新尝试。服务对象为生产经营稳定、具有优质房产作为担保方式的小微企业,经手机银行线上授权申请后,运用邮储银行小微易贷模型,能够即时完成贷款线上审批、线上办理抵押业务。

传统的线下抵押贷款需要经过现场调查、线下审查审批、抵押物进抵、签订合同及放款几大步骤,办理时限一般在7至10个工作日,但抵押e贷可实现线上申请、线上审批、线上支用,且无需通过第三方房产评估公司进行房产估值。从受理到发放最快可在3个工作日内完成,真正做到快速审批、节约成本、融资无忧。2022年,邮储银行天津分行抵押e贷放款金额近7亿元。

2022年,邮储银行天津分行针对科技型企业推出了科创e贷,此产品单户最高贷款额度可达1000万元,授信期限长,可直接在线开通,线上发起贷款申请,自动审批额度,在线签署电子合同,按需线上自助提款,支持随借随还。

天津市某新能源科技有限公司是专业从事光伏生产加工的一家高新技术企业。在国家碳达峰、碳中和政策下,企业订单日益增多的同时,企业资金周转压力也显露出来。在得知企业亟需资金支持,邮储银行天津静海支行积极主动走访企业进行现场调查,根据客户需求及企业特点,为企业推荐了科创e贷产品,仅用3天时间,解决了企业融资问题。

(数据来源:邮储银行天津分行) 广告

邮储银行运城城市分行 信贷资金供给助推产业链发展

2023年5月20日,以“链聚动能、链促转型、链启未来”为主题,运城城市全面落实链长制助推转型发展产业链招商对接会在山西省河津市举办。邮储银行运城城市分行作为金融机构代表参加了此次会议,并在会上向运城城市重点产业链企业——山西北方铜业有限公司授信1.5亿元。

山西北方铜业有限公司作为山西从事铜业务的国有企业,经过近20年的发展,已成长为我国华北区域领先的阴极铜供应商,形成了集勘探、采矿、选矿、冶炼于一体的完整产业链,属于山西省铜基新材料“链主”企业。

今年以来,邮储银行运城城市分行深入贯彻落实国家“六稳”“六保”决策部署和有关部门实施产业链长制工作的要求,积极对接全市重点产业链企业,了解企业的资金困难及金融需求,为企业制定专属的金融服务方案。运城城市分行先后向山西北方铜业有限公司累计授信4亿元,2023年为公司提供了2.3亿元的信贷资金支持。

经济是肌体,金融是血脉,两者共生共荣。邮储银行运城城市分行将深入贯彻落实“链长制”重要部署,精准发力,围绕精品钢、铝精深加工、碳基新材料等重点产业链,不断创新金融产品,持续为“链主”企业及“链上”企业经营发展排忧解难,为产业链发展作出积极贡献。

(数据来源:邮储银行运城城市分行) 广告

加快发展数字经济 邮储银行长沙市分行推出“邮易贷”

近日,邮储银行长沙市分行放款200万元“邮易贷”。此笔贷款为邮储银行湖南省内率先推出的纯线上信用类的政务类贷款。

近年来,长沙市分行积极响应国家关于金融赋能实体经济的相关工作要求,为了给企业提供高效优质的服务,通过金融科技手段推进普惠金融发展的质量变革、效率变革和动力变革。有效发挥金融力量,助力制造业、科技企业发展,借助大数据与金融科技手段加快产品创新,帮助小微企业解决融资难问题,降低融资成本,提升融资效率,为全市高质量发展提供有力金融支撑。

分行找准发力点,开发“小微易贷政务模式”。“小微易贷政务模式”是将邮储银行小微易贷审批模型与大数据中心、征信平台的政务数据相结合。结合长沙市企业发展特征,灵活运用长沙市政务数据资源,通过税务、公积金、社保、司法等多维度信息,对企业进行全方位的画像,有效发挥金融力量,由系统自动作出授信审批决策的线上贷款产品。其中,邮储银行长沙市分行与湖南湘江金融科技服务有限公司合作的“邮易贷”业务,就是政务模式提升普惠金融服务质效的一个典型案例。“邮易贷”利用大数据优势,精准识别客户,面向普通客群,打造全线上融资服务,资料齐全最快可实现当天注册、当天测额、3个工作日内放款的高效放贷模式。

长沙市分行将积极履践国有大行的责任担当,以金融科技推动经济社会发展,持之以恒助力纾困,做实做优普惠金融,为长沙地区的经济高质量发展贡献邮储力量。

(数据来源:邮储银行长沙市分行) 广告

邮储银行张家界市分行 上门服务办实事 便民解忧暖人心

5月24日早晨,客户喻大姐匆匆来到邮储银行张家界市西溪坪支行,称其丈夫高先生病重,急需将他在外地购买的一款银保产品兑付出来,但高先生目前身体不好,卧床不起,需长期吸氧,意识清醒但不能外出,只好求助银行。

了解客户情况后,西溪坪支行工作人员一边平复客户情绪,一边积极沟通解决方案。秉承着为群众办实事的宗旨,西溪坪支行决定上门向高先生本人核实情况后为其办理业务。

上门途中,银行工作人员与喻女士聊起了家常,了解到高先生病情较重,目前只能靠呼吸机维持。当银行工作人员到达客户家中后,当面向高先生核实了喻女士所述情况,在得到高先生本人同意后,工作人员协助其通过手机银行,经人脸识别等认证办理了相关业务。喻女士连连夸赞邮储银行服务接地气,高先生也表示把钱存在邮储银行放心、安心、省心。

这是邮储银行张家界市分行积极开展“我为群众办实事”实践活动的一个缩影。邮储银行张家界市分行将始终坚持“以客户为中心”的服务理念,不断提升客户满意度,诠释“有担当、有韧性、有温度”的企业文化内涵。

(数据来源:邮储银行张家界市分行) 广告