

高端消费崛起 供需矛盾凸显 消费市场升级亟待供给侧改革

□本报记者 任明杰

随着消费升级显著加快,以高端消费为代表的品质消费快速崛起。但在消费升级加速的同时,供需矛盾日渐突出,商品的结构难以满足居民对于品质消费增长的需求,通过出境游的境外消费增加,“肥水流入外人田”的现象日益突出。对此,专家指出,应加强消费市场的供给侧改革,引导居民的境外消费回流,进一步拉动消费对经济的带动作用。面对这一局面,服务消费和中高端消费未来也有望获得政策层面的重点扶持。



新华社图片

消费升级加速

商务部近日发布的数据显示,春节黄金周期间,全国消费市场红红火火、年味浓郁。除夕至正月初六(1月27日至2月2日),全国零售和餐饮企业实现销售额约8400亿元,比去年春节黄金周增长11.4%。

值得关注的是,居民消费升级不断加速,春节消费也出现了新的亮点,尤其是品质消费和“互联网+”对消费的带动日益显著。春节期间,网办年货、网络订餐等线上线下消费加快融合,定制出游、拼车返乡等个性化共享型消费受到热捧。消费越来越注重品质,崇尚健康,追求时尚、彰显个性。

从网购食品这一细分领域也可看出消费升级的趋势。亚马逊中国日前发布的年度“吃喝白皮书”显示,中国消费者在选择食品时更注重营养和品质,在搭配上更看重健康平衡的饮食;在生鲜方面,进口高品质的肉类及海鲜产品成为餐桌新宠,消费者购买生鲜品类的丰富程度大大提升;进口直采葡萄酒销

量持续走高,中餐搭配葡萄酒逐渐成为节日家宴的新趋势。

消费升级的另一个重要表现是去年下半年以来,高端消费快速崛起。以高端白酒为例,春节期间,茅台、五粮液等高端白酒供不应求,价格水涨船高。

强劲的高端消费也拉动海参、阿胶、虫草等高端消费品价格提升。海参与高端白酒都属于餐饮消费,受“三公消费”受限等因素影响,二者从2012年起都陷入价格持续下滑的境地。特别是海参价格,从超过200元/公斤一度跌到约80元/公斤。不过,从2015年起,高端白酒出现明显复苏,海参价格也从去年下半年开始强劲反弹,至今涨幅达六成。

阿胶的价格近年来一直是“涨涨涨”。去年11月17日,阿胶龙头企业东阿阿胶进行了2016年以来的第17次提价。公司公告称,根据公司布局阿胶全产业链

的战略目标,结合市场供需情况,经研究决定,自公告之日起,公司重点产品东阿阿胶、复方阿胶浆和桃花姬阿胶糕出厂价分别上调14%、28%、25%,零售价亦做相应调整。

业内人士表示,消费升级的加速受多重因素的影响,最根本的是随着国民经济持续增长和居民财富不断积累,国内消费已经到了从量变到质变的节点。数据显示,2015年,人均GDP达到8000美元左右,一些东部沿海城市超过10000美元,中高收入消费人群正在聚集。

随着消费升级的加速,很多国际奢侈品牌的境内外价格差也在缩小,以推动销售,享受中国消费升级加速的红利。2015年,Chanel率先缩小价差,Cartier紧随其后,Burberry、Prada等品牌也纷纷表态跟进。汇丰银行分析师Rambourg称,部分在中国市场的销售增长,其实是来自海外消费人群转移到境内消费。

肥水流入外人田

在消费升级的同时,内地消费品的供给与需求的矛盾日益突出,居民境外购物的需求日渐增加,“肥水流入外人田”的问题日渐显著。

近年来,中国游客的出境游快速增长。以今年春节为例,根据“全国旅游团队服务管理系统”数据,春节期间,中国公民出境旅游总量约615万人,同比增幅近7%。其中,团队游人数37.4万人,同比上涨2.5%。据香港入境事务处公布数据,春节期间访港内地游客人数69.7万人,同比上升3.7%。据澳门旅游局公布的人境游客统计数据,春节期间访澳内地游客53.3万人,同比增加8.5%。

伴随出境游快速增长的是中国游客境外消费大量增加。携程联合中国旅游研究院发布的《2017春

节旅游趋势报告与人气排行榜》显示,2017年春节中国游客通过携程预订出境团队、自由行产品人均消费9000元,同比增长12%。以旅游费用加上目的地购物消费人均1.5万元计算,中国游客春节出境花费将达1000亿元,再次刷新纪录。

事实上,“肥水流入外人田”的问题引起了广泛关注。去年2月23日,在新加坡新闻发布会上,商务部部长高虎城透露了形成对比的两个数字:30.1万亿元和1.5万亿元。

从总量上看,2015年中国实现社会消费品零售总额达到30.1万亿元,同比增长10.7%,消费对社会经济增长的贡献率达到66.4%,比2014年提高了15.4个百分点,成为经济增长的第一驱动力。“也就是说,中国

成功地实现了经济增长由投资和外贸拉动为主,向由内需特别是消费为主的重大转型。”高虎城说。

另一方面,2015年出境人数达1.2亿,境外消费,包括旅费、住宿费、购物费达1.5万亿元。其中,至少有7000亿元至8000亿元用于购物,中高收入阶层境外购物占相当大比例。高虎城表示,中国的中高收入阶层正在形成,这个阶层不满足于大众化消费,中低端商品和服务难以满足其消费需求。

“肥水流入外人田”源于多方面的原因。首先是高端产品的品种不够丰富。其次,在价格方面,既涉及税费问题,还有居高不下的物流成本。经过近年来的努力,物流成本已经有所下降,但仍然高出发达国家和地区不少。

改革助推消费升级

随着消费升级的加速,社会消费品零售总额快速增长,对经济增长的贡献率不断增加。国家统计局公布的数据显示,2016年全年,社会消费品零售总额332316亿元,比上年增长10.4%。其中,限额以上单位消费品零售额154286亿元,增长8.1%。消费持续作为国民经济增长的第一驱动力,对经济增长的贡献率达到了64.6%,较2015年提升4.7个百分点。

同时,消费增长的潜力依旧很大。商务部有关负责人表示,中国已经进入消费规模持续扩大、消费结构加快升级、消费贡献不断提高的发展新阶段。从后期看,随着中国新型工业化和供给侧结构性改革加快推进,中等收入群体不断壮大,城镇化率稳步提升,消费仍具有较大的增长空间。

加快了对消费升级的布局。以苏宁云商为例,公司董事长张近东日前表示,要充分利用线下网络的体验优势,将品牌化产品、中高端产品成为拉动消费增长的新动能,引领行业消费升级风向标。并将小团队作战进行到底,继事业部公司化后,进一步成立大量品牌公司,孵化大量“小苏宁”。并表示将在2月底召开全球供应商大会,开放数据、金融、物流等资源,向供应商开放零售云,全力赋能供应商。

同时,服务消费和中高端消费将获得政策层面的重点扶持。据相关媒体从商务部等部门获悉,顺应消费结构升级和需求变化趋势,着力扩大中高端产品消费,满足迅速增长的新兴服务消费需求,成为今年释放国内消费潜力的关键。

据上述报道,今年将出台的政策,在增加服务供

给方面,包括继续实施餐饮、住宿、家政、家电维修、美容美发、洗染、沐浴、摄影八大居民生活服务业转型行动计划,出台有利于推动家政、大众餐饮、社区便利和农村生活服务等措施,大力推进电子商务进社区,开拓中高端和个性化生活服务消费市场等。此外,将进一步鼓励跨境电子商务、进口商品直销、汽车平行进口等新型贸易方式,畅通消费品进口渠道,扩大免税消费政策,吸引境外消费回流。

专家表示,应加强国内消费市场的供给侧改革。高虎城表示,商务工作从供给侧发力的一个重点,就是满足中高收入阶层个性化、差异化的消费需求,满足他们对更多品种、更好质量、更为安全、舒适的购物环境需求。下一步,将主要解决商品品种、价格、质量、安全、购物环境等方面的问题。

移动支付应用场景扩充

□本报实习记者 常佳瑞

场景扩充

记者在春节期间基层走访调研时发现,越来越多的零售业者开始在经营中运用“互联网+”工具,多种快捷支付方式得到应用。近年来,移动互联网和智能手机的快速发展,促进了在线下使用手机支付习惯的养成,手机支付向乡镇一级市场渗透。线下领域移动支付场景获得极大丰富,支付方式升级也在改变消费行为,出门“无线包”时代或将开启。

市场下沉

记者调研发现,互联网支付方式已经渗透到乡镇一级的消费行为。在山东省邹平县某镇政府驻地附近的一家超市,店主称,2016年引进了新的支付方式,结账台前醒目的位置贴着支付宝商户收款二维码、微信收款二维码以及百度钱包等标识牌,顾客支付货款有多种方式可以选择。据该店店主介绍,自己店铺也有微信公众号,并专门制作了微信公众号的二维码标识牌,邀请进店消费的顾客扫码关注,会定期通过微信公众平台推送店铺优惠信息。

记者在菏泽市单县发现,乡镇上稍具规模的超市收银处大都支持微信支付。店主表示,不断丰富店里的支付工具,可以为顾客提供便利,也为店铺聚集了人气。记者观察发现,在店中进行手机支付的以年轻人为主,但也有50岁左右的中年人。

中国互联网络信息中心专家表示,在线下支付领域,经过支付企业大力的市场培育,支付场景获得极大丰富,消费者在饭馆、超市、便利店等线下实体店使用移动网络支付工具习惯初步养成,出门“无线包”时代悄然开启。网络支付给用户带来购物环节的便捷,对于商家而言降低收单成本,解决现金管理带来的不便,使线下网络支付应用得到迅速传导。根据中国互联网络信息中心的调查数据,网民中在线下实体店购物时使用手机支付结算的比例已达50.3%,线下支付应用拥有较强的下潜力度,四、五线城市分别到达43.5%和38.0%,农村地区使用率已达31.7%。

根据蚂蚁金融服务集团发布的2016年支付宝全民账单,2016年移动支付笔数占整体比例为71%。而2015年这一数据为65%。PC端支付方面呈现下降趋势。

在“人均支付金额”指标方面,上海2016年人均支付金额达到14.8万元,继续保持领先,是2015年的近1.5倍。随后是浙江、北京、福建、江苏,这五个地区的人均支付金额均迈入“10万”时代。而在2015年,只有上海达到了这个水平。从“全年支付总金额”来看,广东、浙江、江苏位居前三位。

从“移动支付渗透率”来看,有意思的是,移动支付占比最高的不是北上广深等一线城市,而是西藏。西藏以90%的移动支付占比排名第一。随后是青海、甘肃,远远超过经济发达地区。移动互联网或将给边远地区的消费升级带来机会。

随着移动支付的进一步深化,各大巨头为了进一步抢占市场份额,逐渐将目光从线上转移到线下。同时,接受线下移动支付的门店日益增多,从全家、喜士多、屈臣氏等连锁便利店,到麦当劳、必胜客以及各类快餐店,大多都与支付宝、微信等第三方支付展开了合作。

中信建投指出,2011年-2015年,移动支付领域的线下收单业务总额分别15万亿元、21.7万亿元、29.7万亿元、38.6万亿元和48.6万亿元,对应的增长率分别为46%、43%、37%、31%和25%。未来五年,市场规模有望逐年递增。

专家认为,线下商业占据全国社会消费品零售总额85%,实体商家与互联网相结合转型路径,代表实体零售业商业逻辑正在发生变化。在支付方式变迁大背景下,线下实体店商家、传统电商、酒店航旅、互联网巨头、第三方支付、数字娱乐等多个行业企业都将面临转型。移动支付行业发展趋势包括应用场景扩充、线上线下结合,打造“支付+营销”的新零售模式将为实体商家提供发展空间。

公司点评

贵州茅台 动销持续好转

安信证券指出,在公款消费退出、高端白酒价格回归背景下,茅台2014年初率先企稳,动销好转。

随着富裕阶层壮大,高端白酒需求形成有力支撑。贵州茅台已披露2017年经营计划,集团在总结大会上提出了2017年“654321规划”,2017年目标实现600亿元营业收入,同比口径增长约20%。按照茅台集团“十三五”规划的收入

达到千亿元级,如果这一规划得以实现,公司酒业收入应达到800亿元左右。同时,茅台酒产量取决于5年前基酒产量。按照茅台2014年-2015年基酒产量情况(2014年和2013年接近,2015年大幅下降)以及2017年放量情况,2018年-2019年茅台供给偏紧,需求缺口明显,也使得茅台价格坚挺和上升更符合逻辑。

东阿阿胶 高端消费稳定

作为阿胶行业的龙头企业,去年11月17日,东阿阿胶进行了2016年以来的第17次提价。东阿阿胶表示,根据公司布局阿胶全产业链的战略目标,结合市场供需情况,经研究决定,重点产品东阿阿胶、复方阿胶浆和桃花姬阿胶糕出厂价分别上调14%、28%、25%,零售价亦做相应调整。

国泰君安证券指出,公司阿胶块

保持稳定提价节奏,价值稳定回归,主要基于阿胶块高端消费人群基本稳定,形成对阿胶块价值回归预期;覆盖向上游毛驴养殖延伸的成本,保障对驴皮资源的掌控;提高渠道利润空间,调动销售积极性。同时,继2016年4月首次增持公司股票,华润医药近期再度增持公司股票,两次增持合计3271万股,占总股本5%。大股东连续增持充分彰显对未来发展信心。

宜华健康 转型大健康产业

由于原有房地产业务受地域局限,宜华健康于2014年收购国内领先的医疗非诊疗业务公司众安康,开启大健康领域的转型之路。

海通证券指出,公司已完全剥离房地产业务,构建了以众安康、达孜赛勒康、爱奥乐、亲和源四位一体的大健康产业闭环,未来协同效应可期。其中,众安康是国内领先的医疗非诊疗服务企业,主要从事医院后勤服务全方位一体化管理,

先后承担全国100多家大中型医院建设、医院后勤综合管理服务和洁净工程建设。孜赛勒康主要为医院提供管理和咨询服务以及肿瘤诊疗服务,其主营业务分为医院管理服务和诊疗中心两个部分。亲和源是国内养老产业的开拓者,自旗项目上海康桥亲和源社区运营至今有近十年时间,目前在全国多个城市已有布局,并初步具备品牌认知。(任明杰)