

年中大促掀消费热潮 扩内需再迎强劲动力

一年一度的“618”购物节再度展现国内消费市场活力。京东平台“618”购物节累计下单金额超3438亿元,创下新的纪录;苏宁易购“618”开局1小时,全屋家装、智能家居产品销售同比增长135%;天猫6月1日当天就有755个新品牌首日成交额超过100万元……除了传统电商平台外,短视频平台抖音和快手也加入其中。

分析指出,消费火爆的背后,一系列新变化新趋势折射出当前我国消费升级与产业升级的“共振”。未来随着城镇化的加速推进、收入水平的不断提升、县域消费环境的日益改善等有利因素不断叠加,消费潜力还将不断释放,有望为进一步扩内需拉动经济增长注入强劲动力。



>> 年中大促喜报频传 折射消费新亮点 <<

从今年6月1日开启的年中促销季里,多个电商平台喜报频传。在消费品类上,不断刷新的智能产品、数字产品消费额折射出消费市场的提质升级。苏宁易购上智能健康家电增长亮眼,烘干杀菌功能洗衣机成交额增长274%,护眼智能语音大屏电视销量增长173%。京东上高端笔记本电脑成交额同比增长145%,新风空调成交额同比增长7.2倍。

国货品牌呈现快速增长的态势,备受95后、00后追捧。京东上236个品牌破亿,中国品牌占比达73%,其中小米手机销量累计第一,realme真我手机销量同比增长30倍。苏宁易购上,李宁、特步、安踏等运

动商品交易总额增长66%。抖音电商上,非遗商品的订单量环比增幅达173%。

另外,下沉市场活力持续释放。针对下沉市场用户的京东极速版成交额同比增长25倍,购物用户数同比增长15倍。

在消费场景上,消费场景更加丰富多元。天猫品牌店铺直播成交额比去年同期增长超100%,成交超千万元的店铺直播间数量超去年同期两倍。京东直播累计带货同比增长161%。快手电商在6月1日至14日,品牌直播商品交易总额环比增长148%。

毕马威中国零售及消费品行业主管合伙人钱亦馨对记者表示,新冠疫情催生的

宅经济和无接触经济带动了直播电商为代表的私域流量渠道等新消费业态和模式的火爆,围绕健康和智能理念的新兴细分品类层出不穷。“随着国家多种鼓励措施的出台,以及新基建和数字经济对零售业技术的赋能,线上消费场景将进一步丰富。”

钱亦馨指出,从消费人群来看,对国产品牌拥有更高认同度和自豪感的Z世代人群逐渐成为消费主力军,他们对商品的技术、设计、情感共鸣、环境友好都有着更高的要求 and 期许,借助在供需两端所具有的独特优势,一批高颜值和兼具性价比的国货品牌将迎来快速发展期。

>> 新趋势凸显 扩内需迎政策加力 <<

值得注意的是,在市场加速回暖的同时,还呈现出包括商品供给优化、物流配送体系转型升级等一系列新趋势,成为接下来促消费扩内需的重要发力点。

“618”期间,数字技术的深度应用正在助力消费市场提质增效。京东上,C2M反向定制模式成为高品质消费高质量增长的“杀手锏”,电脑数码C2M模式商品成交额同比提升超100%。阿里妈妈全域智能营销平台为店铺引导新增购买用户数增长超过140%。

现代物流技术、智能化云仓等新技术大规模应用,为消费爆发式增长提供了源动力。苏宁云仓发货量较去年同期增长5倍,全国95%的区县实现半日达、当日达,24小时送装完成率高达98%。京东平台

上,智能供应链每天提供包括补货、调拨等超40万条供应链智能决策。

苏宁金融研究院高级研究员付一夫对记者表示,这些现象充分反映出当前我国消费升级与产业升级的“共振”,以数字化、信息化和智能化为核心的新型消费业态正蓬勃发展,在有效降低经营者销售和消费者购买之间的成本、有效提升消费者消费体验的同时,促进生产、流通、经营等各个环节运行的提质增效降本,并不断衍生出新的消费场景。

事实上,这些亮点也成为政策支持重点。国家发展改革委日前明确,将支持发展超高清视频终端、虚拟现实/增强现实设备、可穿戴设备等面向消费升级的电子产品。此前,工信部发布通知,组织开展2021

>> 消费升级加速 为发展注入新动能 <<

分析指出,在长期发展过程中,我国消费潜力持续释放为建设强大国内市场提供了有力支撑。在多重利好之下,消费升级带来的新增长空间还将为经济发展注入更多动能。

“我国消费市场经历从商品短缺与消费不足到排浪式、模仿式消费,再到个性化、多元化消费的演进历程,消费市场从一穷二白的萧条场景发展到今天供需两旺的繁荣景象。”中国国际经济交流中心经济研究部副部长刘向东对记者表示,消费需求

逐步的释放,为我国经济发展提供了强劲动力。

付一夫认为,消费对经济发展的基础性作用还将进一步强化。在具体举措上,他指出,要在市场经济环境下,以消费环境的改善释放新空间,以扩大有效供给满足新需求,打通堵点,补齐短板,推动消费和投资良性互动、产业升级和消费升级协同推进,形成需求牵引供给、供给创造需求的更高水平动态平衡,进而提升国民经济整体效能,

年新型信息消费示范项目申报工作,将围绕生活类信息消费、公共服务类信息消费等方向,遴选一批新型信息消费示范项目,重点包括C2M反向定制产品、“无接触配送”模式、智能家居、智能服务机器人等,进一步释放信息消费潜力,推动信息消费扩大和升级。

另外,农村消费也成为政策支持重点。6月11日,商务部等17部门印发《关于加强县域商业体系建设促进农村消费的意见》提出,实施“县域商业建设行动”,力争到2025年,在具备条件的地区,基本实现县县有连锁商超和物流配送中心、乡镇有商贸中心、村村通快递,促进农民收入和农村消费双提升。

为国民经济高质量发展注入新动能。

刘向东建议,未来培育壮大消费市场,要加快促进消费、储蓄、投资等优化配置,畅通生产、分配、流通、消费的经济循环,加快提升国民经济体系整体效能,包括构建与消费结构升级相适配的供给体系,着力完善引导商品与服务供需适配的市场机制,扩大和培育有实际购买力的有效需求,着力通过扩大有效投资形成创造新需求的新供给等。

据新华社

中欧班列 累计开行 突破4万列

记者6月20日从国家发展改革委获悉,推进“一带一路”建设工作领导小组办公室6月20日在京召开中欧班列统一品牌五周年工作座谈会。会议指出,截至目前,中欧班列累计开行突破4万列,合计货值超过2000亿美元,打通了73条运行线路,通达欧洲22个国家的160多个城市。

2011年3月,首趟中欧班列从重庆发出,开往德国杜伊斯堡,开启了中欧班列创新发展的序章。2016年6月20日,统一品牌中欧班列首达欧洲(波兰)仪式在波兰华沙举行,中欧班列进入跨越式发展阶段。

中欧班列铸成了沿线国家互利共赢的桥梁纽带。会议指出,中欧班列运送货物货值占中欧货物贸易的比重逐年提升,从2015年的1%增至2020年的7%。特别是新冠肺炎疫情发生以来,中欧班列累计向欧洲发运1199万件、9.4万吨防疫物资。

会议强调,要巩固扩大中欧班列发展规模,不断提升发展效益,坚持政府引导下的市场化运作方式,大力破解境内外“堵点”“卡点”,统筹相关区域协同化发展,促进中欧班列运行稳致远。

一要着力增强中欧班列设施保障能力。以瓶颈路段和拥堵口岸为重点,积极推动中欧班列西、中、东通道“卡脖子”路段升级改造,着力提升枢纽集结能力。

二要着力提升中欧班列开行质量效益。不断完善中欧班列开行方案,动态调整和优化开行线路,大力拓展回程货源,持续提高通关效率。同时,还要充分发挥好考核导向作用。

三要着力推进中欧班列市场化发展。始终坚持“政府引导、市场运作、企业主体”的原则,遵循市场规律和竞争规则,为中欧班列持续健康发展营造良好市场环境。

四要着力增强中欧班列持续发展动力。加快中欧班列信息平台、智慧口岸建设,推进中欧班列与丝路海运、西部陆海新通道等联动发展,积极推动“运贸一体化”,积极探索开行“人文班列”“旅游班列”。

五要着力加强中欧班列国际合作。始终秉持丝路精神,坚持共商共建共享原则,推动共商深度合作、共建设施项目、共享发展成果,将中欧班列打造成为惠及各方、携手前进的阳光大道。

六要着力确保中欧班列安全稳定运行。加强重点口岸疫情防控,科学消杀,严防输入,坚决守好国门。不断完善中欧班列运行中人防、物防、技防“三位一体”安保措施,保障中欧班列安全稳定运行。

据新华社

国家防总启动防汛Ⅳ级应急响应

记者21日从应急管理部获悉,受近日连续降雨影响,黑龙江上游、嫩江上游及部分支流发生超警洪水,部分江段发生超保洪水。6月21日14时,嫩江尼尔基水库入库流量4160立方米每秒,形成嫩江2021年第1号洪水。鉴于当前防汛形

势,国家防总于6月21日13时启动防汛Ⅳ级应急响应。

国家防总要求,相关省(自治区)防指及时启动或调整应急响应,加强监测预报预警和会商研判,抓好江河超警超保河段巡查防守,切实做好水库安全度汛、中小

河流防洪、山洪地质灾害防御等工作,提前转移危险区群众,确保群众生命安全,最大限度减轻灾害损失。

目前,国家防总工作组正在黑龙江省协助地方做好防汛抗洪抢险救灾工作。

据新华社