

未来五年,消费版图如何重构?



消费,关乎美好生活,影响经济发展。未来五年,中国消费赛道将迎来哪些“上新”?消费版图又将如何重构?

“提升自主品牌影响力和竞争力”“推动教育培训、医疗健康、养老托育、文旅体育等消费提质扩容”“强化消费者权益保护”……近日公布的“十四五”规划和2035年远景目标纲要,勾勒出未来五年中国消费新图景。

国货当“潮”
培育自主品牌影响力

大白兔香水、老干妈卫衣、内联升潮鞋……近年来,不少国货品牌的创新让人眼前一亮,“国潮”“国风”成为中国消费者购物的关键词。

京东大数据显示,2020年全年,京东平台上销售过亿的品牌中,中国品牌占比超80%;今年妇女节期间,拼多多平台的国产新锐品牌订单量超过国际品牌,占比近60%。

“国潮崛起的背后,是国人对中华文化和审美的认同感日益增强,更是当代消费者尤其是年轻人自信、爱国态度的体现。”拼多多战略副总裁刘大卫表示。

根据规划和目标纲要,“十四五”时期,将开展中国品牌创建行动,保护发展中华老字号,提升自主品牌影响力和竞争力,率先在化妆品、服装、家纺、电子产品等消费品领域培育一批高端品牌。

“中国企业需要通过技术创新和产业升级,进一步推动消费升级进程。企业只有拥有自己的核心品牌,才有生命力、竞争力。”中国中小企业协会会长李子彬说。

赛道“上新”
充分挖掘服务消费潜力

未来五年,服务消费无疑将成为消费领域的重要赛道。

“以健康消费为例,疫情加速了大众健康观念和消费决策的转变,更多医生走入线上健康消费场景,提供专业化问诊和帮助。消费者对健康的定义也从‘不生病’逐

渐转变为‘吃好睡好心情好’。未来国内健康消费增长潜力巨大。”丁香园创始人、董事长李天天说。

随着国内消费升级步伐加快,服务消费在消费支出中已占“半壁江山”。疫情期间,服务消费线上化势头更明显,在线教育、互联网医疗、在线娱乐视听等一系列“无接触”服务呈爆发式增长。

中国贸促会研究院副院长赵萍表示,居民消费从“实物型”向“服务型”转变,凸显了我国消费升级加快趋势。“十四五”时期,要通过加强供给侧结构性改革,进一步挖掘服务消费潜力,为经济发展激活新引擎。

“绿色”“定制”
升级类消费空间广阔

花样滑冰“优雅而至”、钢架雪车“快速驶来”……日前,在青岛啤酒智能生产线上,十几款造型各异的冬奥运动图案“跃上”啤酒罐身。生产线负责人介绍,像这样的定制化产品,已实现全流程智能化,订单交货时间降低50%。

C2M反向定制已经成为消费“新宠”,京东数据显示,2020年上市的“爆款”新品中有大量是定制商品,个性化、差异化的创意产品受到消费者青睐。

绿色消费也成为生活新风尚。新能源汽车畅销、外出就餐点小份菜、节能家居用品走俏市场……如今,环保、低碳、健康、安全的消费理念越来越深入人心。

规划和目标纲要指出,“十四五”时期,要培育新型消费,发展信息消费、数字消费、绿色消费,鼓励定制、体验、智能、时尚

消费等新模式新业态发展。

国务院发展研究中心市场经济研究所所长王微建议,未来要进一步促进消费产业结构转型升级,促进商品和服务供给从中低端迈向中高端,并以5G、物联网、云平台等新基建为依托,加快构建“智能+”消费生态体系,为新消费潜力释放提供坚实支撑。

瞄准痛点
着力解决消费“烦恼”

优化消费结构,不仅要锻造长板,更要补齐短板。

“改善县域消费环境,推动农村消费梯次升级”“强化消费者权益保护,完善质量标准和后评价体系”“健全县乡村三级物流配送体系”……规划和目标纲要亮出的一系列举措,瞄准消费领域的痛点、堵点。

“目前公路运输成本较高、铁水干线联运通道不畅等问题依然存在,制约着消费潜力的释放。未来应从数字新商贸与智慧物流、供应链协同创新等层面多措并举降低流通成本,畅通商品服务流通渠道,提升流通效率。”苏宁集团董事长张近东说。

国家发展改革委有关负责人表示,要加快破除制约居民消费的体制机制障碍,推进多行业多领域放心消费环境建设,加强消费者权益保护,大幅降低消费者维权难度和维权成本,全面提升产品和服务质量,让消费者自由选择、放心消费。

(新华社北京3月28日电)

三大在线旅游平台财报显示

我国旅游业
复苏速度跑赢全球



3月23日,同程艺龙发布了2020年第四季度及全年的业绩报告。再加上此前携程集团公布的财报包含了携程及去哪儿,至此国内三大在线旅游平台去年经营状况已全部揭晓——在全球旅游业饱受新冠病毒肺炎疫情冲击的背景下,受益于中国疫情防控得力,国内在线旅游企业2020年业绩表现“跑赢全球大盘”。

2020年,携程集团总成交额3950亿元,连续3年稳居全球在线旅游行业第一;全年净营业收入为183亿元。若不计股权费用报酬,携程集团2020年第四季度的营业利润率为10%、复苏速度在全球处于领先地位。

同程艺龙则成为疫情发生以来全球唯一连续4个季度盈利的上市在线旅游平台,2020年实现营收59.33亿元,经调整净利润为9.54亿元。在去年第四季度,同程艺龙经调整净利润为3.07亿元,净利润率与2019年同期持平,为16.9%。此外,国内酒店预订间夜量同比增长21%,国内航空票务量比2019年增长5%左右,汽车票务量增长近180%。各项业务均出现可喜反弹。

疫情让中国旅游行业出现显著变化,这既是危机,也是机遇。第一大变化是下沉市场迅速开发。同程艺龙CFO范磊表示,随着下沉战略的加速推进,其付费用户数量实现逆势增长——截至2020年12月31日,同程艺龙平台居住在非一线城市的注册用户约占总用户的86.3%,微信平台的新增付费用户约61.7%来自三线及以下城市。2020年10月1日至7日,同程艺龙平台来自三线及以下城市的大交通出票量同比增长超35%,三线及以下城市酒店预订量同比增长超55%,远高于一二线城市。

(据新华网)

市场动态

超千亿元招标项目密集推出
地方“碳”热度渐升

新华社上海3月27日电 在碳达峰、碳中和目标的引领下,地方正在大力推进低碳项目建设。上海证券报记者梳理发现,多地近期密集推出一批超千亿元的涉“碳”项目,主要集中在碳核查、低碳技术服务、林业碳汇等领域。

“各地对‘双碳’关注度空前高涨,我们接到很多来自地方政府和行业企业的咨询电话,要求帮助他们培训和服务的业务量增长很快。”国信国际碳中和战略发展中心常务副主任孙佑对上海证券报记者表示。

从地方公布的招标信息来看,碳核查温室气体编制与碳中和项目是政府采购方向之一。

比如,2021年浙江省碳交易纳入企业温室气体排放报告核查复查项目,要求完成全省(除宁波外)10个设区市约330家碳交易纳入企业核查、约350家非碳交易纳入企业核查,并完成约350家企业复查的工作,整个项目预算金额达到1200万元。

福建省二氧化碳达峰排放行动方案项目预算金额为296万元,要求全面摸清全省二氧化碳排放历史、认清排放现状、分析排放趋势。在此基础上研究明确不同情景碳达峰目标、路线图、实施路径,明确各地市、部门、领域、行业在各阶段实施碳达峰的主要任务和政策举措,研究形成完整碳达峰行动方案报告。

也有地方采购项目涉及低碳技术服务和林业碳汇。比如,浙江省低碳发展综合管理系统项目,要求主要承担浙江

这些毛病,得治!
——聚焦新能源汽车行业发展隐忧

日前,国家市场监督管理总局公布了一批车企的汽车召回计划,4万余辆因安全隐患实施召回的车辆中,纯电动新能源汽车超过33000辆。

“十四五”规划和2035年远景目标纲要中,新能源汽车被列为“构筑产业体系新支柱”的战略性新兴产业之一。新华社记者调查发现,当前新能源汽车行业中,“产品指标注水还用锅客户”“企业还没卖一辆车市值就几千亿”等问题逐渐凸显,“虚假宣传”“虚火过旺”已成为制约行业进一步健康发展的隐忧。

浮夸、注水、用锅
行业“热”中有忧

新能源汽车行业仍然“火热”。国家统计局近期公布的数据显示,今年1至2月,新能源汽车生产量31.7万辆,同比增长达395.3%。中国汽车工业协会最新数据显示,今年前2个月,新能源汽车累计销售同比增长3.2倍。2月,汽车销售同比增长近6倍。截至2020年底,我国新能源汽车保有量达492万辆,比上年增长29.2%,并呈高速增长趋势。

但在行业高热度背后也潜藏不少隐忧。

产品性能指标“浮夸”“注水”情况时有发生。近期,一位购买大众新迈腾GTE车型的深圳车主对记者表示,厂家宣称的“56公里纯电续航里程”,即便车辆充满电后自动断电,仪表盘显示的纯电续航里程也只有44公里左右。“4S店方面对此解释是:“算法实现的精准续航”。

武汉理工大学汽车工程学院副教授杨胜兵表示,当前车企通过夸大宣传对整车实际使用状况下续航里程“注水”,在行业中并不鲜见,因此引发的诉讼争议明显增加。

此前某知名车企对其取得电池技术突破的宣传被指不实,引来不少专家批评与业界非议。还有一些车企玩“文字游戏”,将一些行业中常见的技术包装成“黑科技”忽悠消费者。

部分车企产品故障频发却习惯性“甩锅”消费者。据市场监管总局数据,

2020年新能源汽车因三电系统缺陷召回占召回总数量的31.3%。另据缺陷产品管理中心收到消费者提供的汽车产品缺陷线索数据,新能源汽车缺陷线索中关于动力电池、电机、电控系统的问题线索占总量近半。

记者发现,部分车企往往是责任能甩就甩,如:理想ONE新能源车断轴事件中,车企先以“硬件优化升级”搪塞,后在公众压力下才承认存在设计缺陷;前述同品牌产品严重碰撞后安全气囊仍未弹出,车企则回应称“撞的地方不是要点”;在多起特斯拉电动车无故加速造成事故中,特斯拉均试图将事故原因归结为车主误操作;今年1月特斯拉新车断电事件中,企业竟“甩锅”国家电网。

“纸上造车”“盲目招商”
行业“虚火”旺

多名行业人士及专家向记者表示,目前新能源车销售端“虚假宣传”多见的背后是该行业“虚火过旺”。

记者发现,广阔的市场潜力催生出部分纸上“造车”的“PPT车企”。

截至目前,恒大汽车公司市值已高达5000亿港元,成为港股中仅次于比亚迪的第二大车企,但该公司尚未有一款量产车型在售。根据日前公布的2020年全年业绩报,从营收占比来看,恒大汽车98.79%营收来自医疗美容及健康管理收入,却只有1.21%营收来自新能源汽车。

部分市场人士判断,产能和市值的巨大反差表明新能源汽车行业在资本市场上

存在一定程度的估值虚高。

国投招商投资管理有限公司总经理杜硕认为:“部分市场主体投机冲动强烈,新能源汽车的头部企业并不多,资产配置中股票又是最容易获得的,很容易就形成过热。”

记者还发现,部分地方政府盲目“竞赛”引进新能源汽车项目。

“有的地方为拉项目啥都条件都给,有的直接为车企把土地都平整好了。”一位地方政府工作人员向记者透露,“见新能源车项目就抢,审核、甄别都‘绿灯’,生怕自己落在后面。”

“一些地方政府拼命上项目,变相助推行业‘虚火’上升。没有真正的市场需求,产品可靠性无法达标。”中国汽车工业协会副秘书长师建华说。

此外,杨胜兵表示,2021年新能源车补贴进一步退坡,行业面临全面转向技术能力主导的市场竞争。面对当前国内行业技术积累仍较有限的现实,“浮夸”“虚火”在一定程度上都折射出行业焦虑。

抓质量、控资本、提技术
保障行业长远发展

多名专家和业内人士向记者表示,核心技术“吹”不出来,行业“虚火”不是真火,新能源车行业要实现长足发展就要“挤泡沫”“降虚火”,多层次、多方面地提升经营、治理效能。

中国消费者协会表示,除续航里程“注水”外,2020年新能源汽车涉投诉主要问题还有:充电速度与宣传不符;电池质量问

鼓励科学家勇闯创新“无人区”

我国基础研究经费6%涨至8%

新华社北京3月27日电 来自科技部的消息表示,“十四五”期间,我国基础研究经费投入占研发经费投入比重有望达到8%左右,将进一步鼓励科学家从真正的科学问题出发,勇闯创新“无人区”。

基础研究是科学技术的源头,其水平决定了一个国家科技创新的底蕴和后劲。“十四五”规划和2035年远景目标纲要提出,持之以恒加强基础研究。

经费从哪来?科技部基础研究司司长叶玉江说,增加我国基础研究方面的投入,一是中央财政持续加大投入,二是引导企业和社会力量增加对基础研究的投入。

“十三五”期间,我国基础研究经费增长近一倍,2019年达到1336亿元,占全社会研发支出的比重首次突破6%,预计2020年超过1500亿元。

经费持续增长,基础研究将如何发力?叶

玉江说,一方面面向世界科学前沿,勇攀科学高峰,另一方面,“十四五”期间要下大力气,更加重视凝练解决生产实践中的科学问题,引导更多科学家开展目标导向的应用基础研究,解决国家发展和安全的难题。

“如果提不出真正有意义的科学问题,就不可能有理论和方法的创新,更不会产生重大的科学成果。”叶玉江说,加强基础研究,要鼓励科学家从真正的科学问题出

发,形成原创课题,提出新理论,开辟新领域,探索新路径。

据介绍,科技部接下来将制定《基础研究十年行动方案(2021—2030)》,做出系统部署和安排。其中包括进一步优化学科布局 and 研发布局,支持新兴学科、冷门学科和薄弱学科的发展,特别是要推动学科交叉融合和跨学科研究,在前沿领域布局建设一批基础学科研究中心。