

未来五年,消费版图如何重构?

■ 王雨箫 于佳欣

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车的关键词。

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。



央企煤炭资产管理平台 公司管理权 移交中煤集团

■ 王希

中央企业煤炭供给侧结构性改革再下一城!央企煤炭资产管理平台公司——国源时代煤炭资产管理有限公司(国源公司)的管理权近日移交给中煤集团,从资产管理阶段向系统化、专业化运营迈进。

据了解,在煤炭行业“黄金十年”期间,一些主业非煤的中央企业纷纷涉足煤炭业务。截至2015年底,除2家专业煤炭企业外,涉煤央企达到20家,涉及产能12.18亿吨。这些涉煤企业普遍产业集中度低,布局分散,管理人才和技术缺乏,煤炭业务亏损严重。

2016年7月,国资委组织中国国新、中煤集团、中国诚通、国家能源集团4家央企共同发起设立了国源公司,作为资本运作与资产管理平台,对央企煤炭资源进行优化整合和减量重组,以更好退出低效无效产能,提高产业集中度。

自成立以来,国源公司先后整合了国投、中国中铁、保利集团、航空工业集团等10家中央企业煤炭资源,涉及煤炭产能2.8亿吨、资源储量630多亿吨,资产1400多亿元,职工6万多人。“十三五”时期,中央企业完成煤炭去产能1.19亿吨。

“从效果上看,退出煤炭业务的中央企业能够心无旁骛聚焦主业发展,专业煤炭企业实现规模效益‘双提升’。”国资委副主任翁杰明在仪式上说。

他表示,资源整合与去产能工作有效改变了央企煤炭资源分散、同质化经营、重复建设的局面,基本实现了非煤主业中央企业有序退出煤炭行业的目标,逐步形成了专业煤炭企业做强做优做大,电煤一体企业优化资源配置的格局。

500名电商精英齐聚,现场签约2.5亿元 驼人集团季铵盐产品科技峰会举行

本报讯(记者 李代广 实习记者 李戴)3月28日,500余名来自全国各地的电商精英齐聚位于河南省长垣市的驼人集团,参加季铵盐产品科技峰会,现场签约合作伙伴100余家,累计签约金额2.5亿元。

长垣市商务局党组书记、局长韩爱娟出席大会并发言,她说,长垣素有“北方小温州”之称,享有中国起重机械名城、中国医疗耗材之都、中国防腐之都、中国厨师之乡和中华



美食名城等美誉,是全国文明城市、国家卫生县城、国家园林县城。

驼人集团创始人、总裁王国胜向与会人员介绍了驼人集团产业新城整体规划建设情况,重点介绍了国际医疗器械集采广场、双子座博物馆(中国医学博物馆和中国医疗器械博物馆)、蓝光实验室等。

蓝光实验室副总裁程杰从研发角度向大家普及了季铵盐抑菌抗病毒原理,以及研制

季铵盐灭活口罩的心路历程。程杰强调,后疫情时代,重点是遏制口罩二次污染传播,推广季铵盐不只是推广季铵盐系列口罩,也是在推广一份社会责任,一份保护个人和整个生态的责任。

驼人集团卫生防护解决方案部总监崔俊卿向大家推介了季铵盐平面口罩、立式口罩、儿童口罩,抗菌袜子、毛巾、待产包等系列产品。



君安康集团上市 境外机构进场启动仪式圆满成功 大健康产业迈出一大步

■ 本报记者 王剑兰 张健

2021年3月18日,四川君安康健康养老产业集团有限公司赴纳斯达克上市境外机构进场启动仪式在集团3楼大会议室圆满举行。ABC资本证券总裁刘先德、深圳英合总裁李军、美国达庆联合会计师事务所(Wei, Wei & Co., LLP)中国区审计经理王薇薇(Vivian Wang)、美国科龙律师集团(The Crone Law Group)中国区合伙人韩林晓(Karen Han)、自贡阿细食品副总经理张自伟、自贡市恒丰出租车董事长赖伟以及集团合作单位、集团高管等参加了本次仪式。

上午10点30分,启动仪式正式开始,许鸿斌董事长为来宾致欢迎词。许鸿斌表示,集团是一家以康养小镇、田园文旅综合体、医疗、养老、健康管理、康旅、文旅、农旅、文创为主的大健康产业集团化公司,当前集团医院、养老院、健康管理、居家医疗、居家养老等各项业务稳步开展,集团兼并采购项目取得重大突破。君安康国际联盟及品牌、运营管理输出稳步推进。当前,产业互联网及康养地产正处于黄金时代,而集团以产业互联网及康养地产双轮驱动,未来必将成为一个高成长性、高估值的伟大公司。

随后,ABC资本证券总裁刘先德表示,根据初步梳理的集团财务报表的整体情况分析,集团在确保上创业板的基础上力争上主板。王薇薇、韩林晓相继发言,重申在遵循国际相关准则的情况下,全力做好集



团的上市服务工作,确保集团在上创业板的基础上力争上主板。

最后,许鸿斌、李军、王薇薇、韩林晓,以及集团合作单位、集团高管代表一起合影

留念。随着刘先德总裁宣布集团赴纳斯达克上市境外机构进场启动仪式圆满成功,顿时礼炮齐鸣,掌声不断,全场气氛达到了高潮。

下午,相关人员及集团合作单位代表还考察了集团下属机构广汉市蜀云康养公寓等。

四川君安康健康养老产业集团有限公司

现独资运营大健康产业企业20余家,并拥有50余家连锁及联盟单位,具有20余年专业管理运营经验、良好的盈利模式和优秀的运营管理团队,并形成集团管控模式。