

## 扩大跨境电子商务综合试点

◎赢得外贸新优势 ◎构建包括信息共享体系、在线金融服务体系等六大体系 ◎建设线上“单一窗口”和线下“综合园区”两个平台

《 P2

### 本期导读 Highlights

充 1000 送 1000  
预付卡“圈”巨额资金  
——“水果营行”狂扩张  
暴监管漏洞

《 P3

互联网彩电异军突起  
外资品牌销售量萎缩

近日,由中国电子商会、中国电子技术标准  
化研究院共同主办的“2015 年(第十一届)  
中国平板电视行业大会”在北京举办。会上发  
布了《2015 年中国平板电视消费及 2016 年  
趋势预测报告》(以下简称《报告》),数据显  
示:2015 年中国平板电视销量小幅增长,达  
4400 万台,预计 2016 年消费需求仍不会有  
明显增长。

《 P5

“红牛 + 音乐”模式  
引领品牌营销新时代

作为功能性饮料中最具号召力和影响力  
的品牌,红牛精准的营销理念和品牌定位一  
直在引领时代,其品牌形象在消费者心中打  
下了深刻的烙印。经过多年的潜积累,红牛  
打造出独特的“红牛+”营销模式,渐渐得到消  
费者的认可。

《 P6

市场新环境:  
催生品牌营销模式新变革

近年来,美容化妆品行业作为我国改革  
开放之后催生的新型朝阳产业,随着宝洁、欧  
莱雅、联合利华等国外化妆品品牌“大鳄”的涌  
入和国内新晋品牌的兴起,素有日化和专业  
美容之分的国内化妆品市场竞争日趋激烈,  
相互渗透的现象也较为普遍。

《 P7

宝洁林丽:  
如何做好品牌大数据  
精准营销

随着互联网的发展,传统营销渠道发生  
了改变,产品离消费者更近了,企业也能前所  
未有的获知消费者的各种信息。作为国际快  
消品巨头的宝洁,离不开同样庞大的营销体  
系。今天,在新的数据时代,宝洁的营销体  
系或者营销思路有什么新的改变?

《 P7

关键之年国企深化改革  
接踵而来的必是巨大阵痛

——2015 年国企改革盘点  
回首 2015 年,“国企改革”是贯穿全年  
的高频词。这一年,被称为全面深化国企改革  
的“关键之年”。虽然国企经济增长“换挡降速”,  
面临严峻挑战,但改革依然“快马加鞭”,一个  
个过去被表面搁置而内在发酵的改革难题,  
摆在社会聚光灯之下,纤微毕现。

《 P9

iphone,android 手机扫描二维码下载安装



本报常年法律顾问为闫永宁律师

手机:13609110893

## “新消费”万亿级市场 能否成为中国经济下一个“风口”?



■ 刘斐 胡旭 罗政 杨丁森

从“80 后”到“00 后”,有个网络用语非常  
热络,叫“剁手党”。关注中国经济的人,有个  
新词值得研究,叫“新消费”。

微观看,“新消费”究竟“新”在哪里?目标  
人群在哪里?该怎样“提速”?宏观看,这个潜  
在的体量或达万亿元级的“新消费”市场能否  
成中国经济转型升级的下一个“风口”?

无论关心中国经济,或者关心我们自己的  
“福利”,这些问题都值得探讨。

“新消费”到底有多火?

今天中国消费者还会抢购电视机?这不是  
虚构的故事。  
去年“双十一”和“双十二”购物节,四川

成都创业公司极米科技研发生产的无屏超级  
电视——3D 智能投影电视——遭遇疯抢,两  
天时间销售额过亿元。“我们强烈感受到消费  
者对智能产品的渴求。”极米科技电商总监何  
森说。

市场分析人士指出,类似消费热潮只是  
冰山一角。以智慧家居、智能电子、文化体育、  
旅游休闲等为代表的“新消费”近年来正在强势  
崛起。

据阿里巴巴统计,去年“双十一”当天,仅  
体育用品网购成交额就超过 44 亿元,同比上  
涨 55%,成交用户数增长约六成。

国际知名调查公司麦肯锡数据显示,  
2014 年,中国网络游戏市场超过土耳其乘用  
车市场 2 亿美元,中国 SPA 市场超过波兰乘  
用车市场 1 亿美元。

数据显示,中国城乡居民消费结构正在  
由生存型向发展型、由物质型向服务型、由传  
统型向新型消费升级,并且这一趋势越来越  
明显,速度越来越快。

美国斯坦福大学访问学者、西南财经大  
学西财智库 CEO 汤继强将这一现象比喻为  
“经济温差”。“在去产能、去库存、去杠杆的压  
力下,人们都在说‘冷’,但我感觉到‘新消费’  
领域热气腾腾!”

“新消费”都受哪些人青睐?

家住安徽合肥的“80 后”“宅女”吴佳雯,  
不久前刚从网上购置了扫地机器人。“虽然这  
些智能家居用品不能完全取代人工劳动,但  
也是提高生活品质的方式。”吴佳雯说。  
吴佳雯消费清单上,还有更多非传统意义

上的必需品:手工甜点、高端零食,iPad 和  
Kindle,还有宠物猫饼干和营养液。

对上世纪 80 年代前出生的人而言,“小  
众”更多意味着“不易被接受”。对吴佳雯和比  
她更年轻的“90 后”、“00 后”来说,“小众”才  
显“个性”,是消费的“王道”。这个时间段在中  
国出生人群总数已经达到 4 亿。

人口学统计显示,典型的家庭消费高潮  
一般出现在家庭中的抚养人步入 46 岁时。这  
对应了那些育有“90 后”和“00 后”的家庭。而  
“80 后”们也纷纷步入而立之年,成为社会中  
间阶层,自身就拥有强大的消费能力。

首都经贸大学金融学院院长、中国家庭  
金融调查与研究研究中心副主任尹志超认为,中  
国年轻一代可以使用前代聚集的财富,具有  
较高消费倾向和超前消费意愿,追求在产品  
形成和消费中的参与感。“这种变迁正在带动  
消费品种类的变化”。

麦肯锡一份报告测算,到 2022 年,中国  
年收入在 6 万—22.9 万元人民币的中产阶层  
占总人口比例将超过 75%。“中产阶层购买力  
及接受国内外新品牌、新生活方式的态度和  
敢于尝鲜的性格,正在重塑中国消费市场。”

中国消费经济学会会长杨继瑞表示,中  
国进入“新消费”时代“既反映了经济增长的  
一般规律,更反映了改革开放以来中国经济  
总体健康发展积累的韧性与活力”。

“新消费”能成为投资“风口”?

搁过去,说“跑步”是“消费”,一定被视  
作天方夜谭。今天,却有人正在提出质疑。

并非田径强国的中国,正在成为一个“跑  
步大国”。全民健步走、慢跑热潮刺激着民众对  
马拉松运动的参与热情。去年,中国共举办了  
超过 130 场次的马拉松及相关赛事,全年累  
计参赛人数达 130 万。

[下转 P2]

## 河南华英集团承办国家水禽产业技术体系年终考评会

■ 本报记者 李代广

近日,为期三天的国家水禽产业技术体  
系成员考评暨学术研讨会在河南省信阳锦江  
大酒店举行。

本次大会由国家水禽产业技术研发中心  
主办,河南华英集团承办,这是国家水禽产业  
技术体系首次在信阳市召开的大型国家级行  
业盛会。

会议期间,国家水禽产业技术体系首席  
科学家侯水生研究员做了 2015 年工作总结  
及“十二五”总结报告;4 个研究室主任、19 名  
岗位专家和 25 个综合试验站分别做了述职  
报告,现场进行了考评打分;讨论和制定了  
国家水禽产业技术体系“十三五”任务。同时



举办了国家水禽产业技术体系“十二五”成果  
展,组织与会代表前往信阳综合试验站依托  
单位——华英集团进行了实地参观。

2007 年,国家农业部、财政部共同启动  
了现代农业产业技术体系建设,国家水禽产  
业技术体系是现代农业产业技术体系重要组

成部分。

华英集团作为国内最大的肉鸭屠宰加工  
企业,对我国水禽产业的发展作出了巨大贡  
献。从 2008 年开始,华英集团就加入了水  
禽体系中,先后圆满并超额完成了“十一五”、  
“十二五”体系任务,并多次被评为优秀试验  
站。2015 年是“十二五”结题和“十三五”的开  
局之年,会议能由华英集团承办,更是体现了  
国家水禽产业技术体系对信阳站工作的认可  
和证明。

本次会议的成功举办,不仅总结分析了  
“十二五”工作的优劣,更为下一步探索和分  
析了经济新常态下,水禽产业“十三五”的  
发展重点和趋势方向,必将推动我国水禽产  
业的持续健康发展。

