

消费日报

2020年3月5日
星期四
总第7673期
第4732期
今日4版

税务总局多项便利化措施推动外贸稳定发展

本报讯 在日前举办的“便民办税春风行动”主题发布会上,国家税务总局相关负责人介绍,税务总局将加快审核进度,进一步压缩出口退税时间,切实减轻企业办税负担,推动中国外贸稳定发展。

税务总局税收宣传中心主任兼办公厅副主任付树林表示,出口企业如果受疫情影响,无法在退税申报截止期前申报退税,还可以在申报截止期后,在收齐相关凭证信息的基础上继续申报办理退税。

版 ■ 国务院国有资产监督管理委员会举办 中国轻工业联合会主管主办 ■ 国内统一刊号:CN11—0057 ■ 邮发代号:81—9 ■ 广告经营许可证:京丰工商广字第0054号

抗“疫”期间 口罩紧俏口红受挫 疫情过后 国货彩妆或迎空前机遇

抗“疫”期间,电商平台上的口罩紧俏,彩妆销量下滑。但分析人士认为,国人团结一心抗击疫情的凝聚力,让年轻消费者在情感上向国产品牌消费倾斜。疫情过后,随着彩妆市场转危为机,国产品牌也将迎来空前的突围机遇。

□ 本报记者 张丽娜



抗“疫”期间口罩“打败”口红

疫情期间,与需求高涨的洗护消杀用品相比,同在日化领域的彩妆产品,似乎成了一个被消费者遗忘的产品。宅在家中已有月余的人们,似乎没了化妆的欲望。一项调查显示,由于长时间居家,消费者使用彩妆的需求和频率大幅下降,唇膏、唇釉、粉底液、隔离霜产品受影响较为明显。

很多消费者,特别是女性消费者,恐怕都不会想到,平时少人问津的口罩,居然“打败”了自己最爱的口红。

近日有报道称,河南某市一大型商场一楼的化妆品专柜区域,平时的日销售额80多万元,疫情期间,瞬间降至日销售额80余元。

据湖北武汉某化妆品门店老板透露,以往春节期间的收益是平时的3倍以上,但是疫情期间,门店关闭,一个月的损失就在10万元以上。

疫情期间,化妆品企业上美集团线下渠道下滑95%。

最新消息显示,在消费者需求被按下“暂停键”的同时,彩妆产业链从OEM工厂、品牌方、线下实体零售商、代理商、到线上电商企业、社交电商、微商等均遭受不同程度打击。

主打中国传统草本原料的国货品牌林清轩,现有337家实体店,线下收入占比75%。疫情期间,其大多数门店关闭,开业的也几乎没客流和业绩,但每个月店铺租金和2000多名员工的薪水支出就有3000万元。无独有偶,线下占比较重的品牌,如自然堂、欧诗漫、相宜本草、佰草集等,均陷入这

种尴尬境地。

生产方面,据记者了解,因延期复工,新产品开发和上市均受到很大程度影响。已经复工的企业,也由于相关部门人员未就位而无法正常运转。例如,2月17日复工的广州卡洛莱集团,工人复工率仅为三分之一,且市场人员未到岗,预计4月初才能恢复正常生产运营。

受累需求和生产的掣肘,销售端的预期也不乐观。有关方面预测,受疫情影响,部分彩妆代工企业今年的销售额预计下滑30%到40%。

国货彩妆或迎来空前机遇

就在彩妆业陷入低迷之时,有分析人士却充满信心地表示:2020年,本土彩妆将突飞猛进,借机直追。正如玄武化妆品营销策划机构分析人士所言:疫情过后,将是国货美妆品牌市场狂飙之年。

究其原因,分析人士认为,疫情期间,是国外彩妆品牌运营的真真空期。很多跨国公司对中国市场都处于观望状态。欧美不少公司也重新调整了在中国市场的发展战略,转而采取更为谨慎和保守的策略。

与此同时,记者也看到,在电商平台,国货彩妆已经与国外品牌平分秋色,有些产品由于出众的策划、抢眼而新颖的设计,加上社交、直播平台的推广,一经推出就是“爆款”,就是“王者”,俨然略掉了传统营销中缓慢培育的阶段。完美日记、花西子、纽西之谜、稚优泉、一叶子、半亩花田等,都是

可圈可点的国货彩妆品牌。

另外,分析人士认为,彩妆的消费群体主要是年轻人。经历过这次疫情,他们会变得更节俭,这也会使其在疫情过后大概率购买物美价廉的国货,而非国际奢侈大牌。

与此同时,专家认为,这次疫情中,国人团结一新抗击疫情的凝聚力也深深地感染了所有年轻人,继而让他们在情感上也会向国货消费倾斜。

线下损失线上补

很多人或许还记得,2002年的非典疫情,同样是在众多行业遭受打击、人们宅在家中的被动局面下,有两家公司成为现在的中国最大的零售巨头,一家是淘宝,一家是京东。

2020年的这场疫情,也让很多彩妆品牌意识到线上营销的重要性。最近发布的《2020中国移动互联网“战疫”专题报告》显示,短视频行业以17.3%的使用时长成为唯一一个在春节期间同比和环比均取得增长的行业。

春节期间,花西子、完美日记、稚优泉等品牌,开启线上平台,以“春节不打烊”的活动赢得了更多订单,虽然也受到物流的影响,却仍然获得了不错的增长。

品牌商的线上营销形式层出不穷,如顾客群线上拍卖抢购、线上微信

商城一键购、消费者微信关怀、员工直播销售等。一些以线上渠道为主的品牌反应更为灵敏,早早便开启了“先接单、后发货”的业务模式。

传统线下彩妆品牌也开展起线上业务。2月10日,玛丽黛佳推出“为爱放价”社群营销活动,抓住情人节契机,撬动线下渠道引入“社群营销”,向线上要流量。截至2月19日,玛丽黛佳已组建1千多个品牌社群,群总人数超24万,累计开展活动520多场。

1月27日至2月2日的天猫周榜显示,完美日记牢牢占据榜首,国货品牌花西子、纽西之谜、稚优泉上升明显,新秀colorkey也一直盘踞在前十。

疫情期间,广东蕾琪化妆品有限公司积极与线下渠道商、实体店打配合,从产品、概念、模式上进行创新,提出“做化妆品新零售金牌供应商”的理念,真正实现线上线下的融合。

另外,记者了解到,由于新品上新计划受生产人员延迟复工影响,不少品牌开始利用线上渠道加强相关人员的培训,增强员工关怀,以便正常返岗后提高工作效率。

值得一提的是,将彩妆拉出低谷的,不仅有线上营销,还有线上办公北京某公司职员李女士告诉记者,虽然在家办公,但公司视频会议经常要开启摄像头。“我不愿意蓬头垢面地坐在电脑面前,还是要化化妆的。”李女士说。

扩产能 央企加速转产防护服

一家并不生产医用防护服的企业,从零起步,到日产10万套,需要多久?新兴际华集团交出的答案是22天。

在河北石家庄市的际华3502厂生产车间内,每一名员工都盯着自己手里的活,他们清楚这套看似简单轻薄的防护服,却是前线医护人员的“盔甲”,半点都马虎不得。现如今,新兴际华集团医用防护服日产能达到10.3万套。

这种“战时速度”并非个例。国家电网推出便民惠民举措,每天近2万名职工日夜奋战在湖北抗疫一线;中国石油、中国石化、中海油、中化集团等企业在做好全国油气供应的基础上,统筹供应渠道、抢调油气资源,上万名职工为湖北用户提供24小时不间断服务;建筑施工类中央企业用工人数多,企业千方百计解决用工、材料、交通等难题,复工复产率持续提升。

当防控处在最吃劲的关键阶段,央企在做好疫情防控前提下,落实分区分级政策,精准推动能复尽复、产能尽产、能开尽开,像一股春日暖流融通“冻结”的产业链,带动上下游其他企业复工复产,扩产能,稳就业。

数据显示,中国制造业500强企业目前复工复产率达97.08%;已复工复产企业中,员工到岗率平均66.17%,成员企业开工率平均75.24%,产能利用率平均58.98%。

稳投资 提高质量发展

为对冲疫情影响,推动稳增长,各家央企促增量、稳存量并举,积极扩大投资,稳定预期。重大工程、重点项目密集开工,对于扩大投资发挥了重要示范效应。

中国华电负责建设的一批各省“十三五”重大工程近期渐次复工,推动地方社会经济发展,助力打赢精准扶贫攻坚战和蓝天保卫战;2月24日,中国中车集团四方车辆有限公司全面复工,高速动车组生产线上“复兴号”等所有项目恢复生产;国家电网全面复工了一批高科技重大建设项目,这些项目总的建设规模超过700亿元。

近日,由中国铁建重工集团股份有限公司自主研制的土压平衡盾构机抵达长沙港,将经由河运发往上海港,转运至土耳其参与当地全长9000米的隧道工程施工。

证产能,全力保障国际贸易和产能合作稳定。

能源、交通、电力、水利……在遍布海外的各类项目上,央企工程建设者坚守一线,为特殊时期的平稳运行保驾护航。

注活水 金融创新缓解融资难

“公司流动资金有上百万的缺口,但备货又需要付全款或定金。”重庆硕远科技有限公司财务总监陈丹一脸愁容。他们遇到的问题,同样发生在江西省余干县太莱饰品有限公司会计陈珊身上:“产品库存积压无法正常销售,还有员工工资等着要发,但是像我们这样的小企业融资又比较难。”

两家企业一家生产电力设备,一家主营饰品,经营业务完全不同,但都迎来了来自国网电商公司的解冻“春风”,国网电商公司跟合作银行推出了供应链金融业务,采用线上操作方式。“贷款程序方便快捷,当天申请当天使用,差不多两个小时就完成放款了。”陈丹说到融资的过程,最大的体验就是便捷。

国网电商公司以线上产业链金融和电费金融两大业务切入,基于区块链的线上产业链金融平台已为中小微企业融资167.3亿元,电费金融产品交易额达到26.1亿元。

2月14日,中交集团所属二航局在上交所簿记发行全市场首单疫情防控资产支持证券(ABS),发行规模2.3亿元。据了解,本期供应链资产支持专项计划募集资金主要用于给予供应链上游中小型企业资金支持,帮扶恢复生产,进一步支持疫区一线抗疫企业相关疫区医院及科研实验室的建设以及相关疫情防控项目建设投入。

各家央企不断增强金融服务实体经济的能力,助力上下游企业缓解融资难题,让市场迸发更大活力。

中国制造业五百强企业复工复产率超百分之九十七

加强对企业的服务和支持 进一步扩大外资市场准入

商务部:中国在全球供应链产业链地位不会改变

本报讯 2月27日,在商务部举行的网上例行新闻发布会上,商务部外资司司长宗长青表示,从长远和总体上看,疫情对供应链、产业链的影响是阶段性的、短期的,中国在全球供应链、产业链的重要地位不会因为疫情影响而改变。

近期,相关部门和地方加大对包括外资企业在内的重点行业、龙头企业复工复产的支持力度。目前,这些措施已经开始收到成效。例如,上海市对840家重点外资企业的监测显示,截至2月25日,复工率超过99%。广东省积极回应跨国企业及相关商会反映的困难和诉求,目前相关问题已得到协调解决,巴斯夫等外资大项目已复工建设。

跨国投资者的投资经营决策是长期的、综合性的、战略性的,短期的疫情影响

是有限的。多项调查和研究显示,我国吸收外资的综合竞争优势没有改变,大多数跨国公司投资中国的信心和战略没有改变。

商务部将进一步加强对外资企业的服务和支持。

此外,今年以来,国家发展改革委、商务部已会同有关部门启动了新版全国和自贸试验区两个外资准入负面清单的修订工作;下一步将加快工作节奏,尽快按程序公布实施两个负面清单,进一步扩大外资市场准入。



搜狐新闻客户端



消费日报微信公众平台

《消费日报》搜狐新闻客户端订阅流程:

步骤一:扫码下载搜狐新闻客户端

步骤二:选择“添加订阅”后搜索“消费日报”

步骤二:打开应用点击上方“订阅”

步骤四:点击右上角“+关注”即可

