

消费日报

2020年6月11日
星期四
总第7739期
第4798期
今日8版

5月CPI同比涨幅回落

6月10日,国家统计局发布数据显示,2020年5月,全国居民消费价格(CPI)同比上涨2.4%。1—5月平均,全国居民消费价格比去年同期上涨4.1%。从同比看,CPI涨幅比上月回落0.9个百分点。其中,城市上涨2.3%,农村上涨3.0%;食品价格上涨10.6%,非食品价格上涨0.4%;消费品价格上涨3.3%,服务价格上涨1.0%。

A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

“疫情下国内照明市场现状及趋势展望云论坛”举办

照明行业加速洗牌 企业聚焦主业拥抱变化

□ 本报记者 王薛滔

为深入了解疫情下企业当前在国内市场所遇到的主要问题,探讨应对策略及对后续内销市场的展望,6月9日,中国照明电器协会举办了“疫情下国内照明市场现状及趋势展望云论坛”。此次论坛从灯具市场、灯具企业等不同角度对照明行业国内市场现状进行了分析。

中国照明电器协会理事长陈燕生表示,近年来,用户对照明需求不断提高,协会也号召行业从高速发展转向高质量发展。“疫情在缓解、市场在复苏,整个照明行业的企业还是要坚定信心,练好内功,向着高质量方向去努力和发展。”

国内市场好于外销市场
内需市场恢复速度较快

“由于照明行业的刚需属性,疫情爆发并不会消灭需求,只会因为短期的压制,将需求延后。”陈燕生在论坛上介绍。目前来看,照明行业一季度内销受人员流动影响,终端消费受阻,供需都弱。而从二季度开始,随着各大灯具市场开市,市场呈现复苏的趋势。整体而言,国内市场好于外销市场。

记者了解到,从3月份起,部分高端灯饰品牌已经召开经销商会议进行新品发布,通过共享客户资源联手面对经销商做直播。一场直播下来,订货量在200万—1000万,订货量并无太大影响。除此之外,从物流上看,灯都某物流企业3月份出货量仅有去年同期的30%,4月初就恢复了60%。

在此次论坛上,江苏省常州市钟楼区邹区镇人大主席徐向前也表示,“邹区市场从3月1日开始恢复营业,到‘五一’小长假期间,市场和销售总量已经基本恢复到去年的同期水平,市场的商户基本稳定,人员流失的现象比较少。”



行业洗牌速度加快
新形势下照明市场发生变化

事实上,在疫情发生之前,照明行业已经从高速发展时期进入平稳发展时期,数据增长曲线趋于平缓。疫情的发生只是加快了整个行业优胜劣汰的速度,提高了全行业的集中度。

欧普照明与三雄极光负责人均表示,目前疫情给行业带来的困难和挑战分别是,照明行业洗牌加速、行业集中度将会快速提升,资源将会向经过洗礼的优秀企业倾斜。

欧普照明商用事业部、家居事业部总经理罗延辉指出,从企业端来看,出现短期价格竞争更加激烈、出口产能转内销、集采化的趋势。从中长期来看,行业整合、规模和专业化是企业生产和发展的两大方向。实际上,随着用户对灯光的重视和设计需求日渐突出,智能控

制逐渐成为灯具标配,专业细分越来越明显,行业升级迫在眉睫。除此之外,行业外延也在扩展,照明也需要和更多的系统、平台互联互通,如智能消防、智慧路灯、智能楼宇、酒店客控系统、家用全智能等。从用户端来看,疫情的发生让用户采购习惯和采购渠道发生了深刻的变化,新装市场逐渐萎缩,存量市场潜力无限。值得一提的是,随着消费者整体审美能力的提升,对灯光价值的认知也在快速提高,全案照明智能化、场景化、以及灯饰的去风格化趋势明显,除此之外,精装房的比例大幅提高使得灯具采购方式发生了巨大的变化,旺季不旺、淡季不淡,灯具市场此前的季节性消费趋势不复存在。

行业龙头打造生态链
中小企业聚焦主业

疫情发生对行业产生了一系列影

响。罗延辉表示,欧普照明在企业端,坚持行业细分、专业发展,与智能及生态系统打通,保持照明的智能解决方案与各平台无缝对接。记者了解到,欧普照明2019年底就成立了产品解决方案中心,系统地提升场景化的产品解决方案能力。在用户端,欧普照明从传统零售向新零售转型,从渠道思维向用户思维转型,从卖产品向卖场景过渡,推出了一系列新的流量渠道。如从2019年6月就开始进行了组织架构调整,向新零售转型,实行分公司制及联合营销中心制。

三雄极光商用市场总监宋松柏也指出,渠道分化、客户分流、市场空间被挤压、利润率降低等因素都促使着照明行业头部企业竞争升级。全面加强营销体系精细化管理,加强营销渠道建设,强化营销体系管理、精准赋能,服务提升,细分市场领域拓展是未来发展方向。此外,经销商应结合自身核心竞争优势,扬长避短,趋利避害,打造提升专业服务能力。

中国照明电器协会副秘书长温其东表示,就目前形势而言,头部企业都在做生态链,但从制造上讲,企业不可能做到面面俱到,样样精通,中小型企业可以把有限的资源集中在一两个细分市场做专做精,在行业洗牌洪流下,依附大企业的生态圈存活。

市监总局:加大涉企违规收费行为查处力度

日前,国家市场监督管理总局对外发布《关于坚决整治涉企违规收费切实减轻企业负担的通知》。通知称,国家市场监督管理总局决定在全国范围开展涉企收费专项治理,加大涉企违规收费行为查处力度,确保各项减税降费政策落到实处。

其中监管的重点领域和重点环节包括:

港口、检验检疫等进出口环节收费。重点查处检验检疫环节强制服务收费以及港口环节拖轮、围油栏企业变相提高标准收费,各类中介码标价不规范等行为。

商业银行等企业融资相关收费。重点查处商业银行不落实小微企业“两禁两限”政策,违规收取有关信贷资金管理费用,利用贷款强势地位捆绑强制收费、只收费不服务,将贷款业务及其他服务中产生的尽职调查、押品评估等相关成本转嫁给企业承担的行为。

供电、供气等公用事业收费。重点查处擅自制定收费项目或标准、对已取消项目继续收费等不执行政府定价、政府指导价的行为,以及强迫市场主体接受不合理服务条件,收取不合理费用的行为。重点加强转供电行为监督检查,转供电主体应将降价优惠传导给终端用户,不得违反规定在转供环节加收费用。

公路、铁路等物流领域收费。重点查处铁路货运、机场不执行政府定价、指导价,对明令取消的收费项目继续收费,未执行鲜活农产品“绿色通道”政策,以及高速公路救援等单位超过政府规定标准收费等行为。

行政审批中介服务、行业协会相关收费。重点对具有法定职责、承担政府部门委托或授权职能、与政府部门尚未脱钩的行业协会进行抽查,严厉查处利用行政资源强制服务、收费等行为。(法制日报)

交通运输部:推进交通运输跨业融合培育新消费

6月8日,交通运输部印发《关于做好交通运输促进消费扩容提质有关工作的通知》,提出加快城际交通基础设施建设,激发消费潜力。与此同时,推进交通运输与文体旅游、信息产业融合,培育新消费。

通知提出,在推动交通基础设施布局完善、立体互联的基础上,突出问题导向、目标导向,重点推动一批对促进消费作用明显的交通基础设施建设,为激发消费潜力创造条件。

其中包括京津冀地区、长三角地区、粤港澳大湾区、成渝地区双城经济圈等重点城市群、都市圈为重点,推动形成以轨道交通、高速公路为骨架的多层次快速交通网络。完善城市群、都市圈中心城市交通基础设施建设,大力发展公共交通,提升交通一体化水平。逐步形成都市区一小时通勤,城市群两小时通达。

在加快传统交通基础设施建设的同时,交通运输部明确发挥交通点多、线长、面广的优势和特点,推动交通运输“上下游、左右向”产业融合联动,提升新

技术、新业态、新模式行业应用和发展水平,为新消费提供支撑。

通知提出,推进交通运输与旅游体育产业融合。加强高速公路与景区交通的衔接,在高速公路规划、建设中充分考虑与重点景区道路的连接,完善交通引导标识设置。推动高速公路服务区因地制宜拓展旅游、消费等功能,结合地域特色配套房车车位、加气站、新能源汽车充电桩等设施。持续推进旅游公路、旅游航道、邮轮游艇码头建设,推动邮轮经济、旅游专列、低空飞行旅游等发展,推动邮轮港提升服务水平。鼓励创建以交通资源为特色的自主品牌体育赛事活动。

与此同时,通知提出,推进交通运输与信息产业融合。推进交通运输新型基础设施建设,提升交通基础设施智能化、数字化水平。推进自动驾驶、车路协同技术应用。利用“互联网+”技术促进共享交通健康发展,鼓励小微型客车分时租赁、道路客运定制服务等出行服务新业态、新模式发展。(经济参考报)

图片新闻

传统手工技艺传承徽墨墨香



徽墨是中国传统制墨技艺中的珍品,也是闻名中外的“文房四宝”之一,具有质坚如玉、落纸如漆、色泽黑润、历久不褪等特点。2006年,徽墨制作技艺被列入首批国家级非物质文化遗产名录。在安徽皖南地区,一

些徽墨制作技艺传承人坚持以传统手工技艺制作徽墨,并创造出更加精美且具有收藏价值的徽墨作品。

图为5月20日,安徽歙县“项氏徽墨”的工人为晾干的墨进行描金。刘军喜 摄

《2020中国生活服务业数字化发展报告》发布 数字生活按下“快进键”

新冠肺炎疫情一度让人们的多线下生活按下“暂停键”,却也让数字生活按下了“快进键”:数字政务、生鲜电商、在线问诊、在线教育等新业态新模式,在提供线上服务的同时,也累积了促“六稳”、抓“六保”的重要力量,成为中国经济回暖中的一个亮点。

数字化发展大幕拉开

今年5月,各大景区度过了一个“没有旅行社的旅游季”,就拿“五一”假期来说,全国共计接待国内游客1.15亿人次,实现国内旅游收入475.6亿元。这些收入基本来自消费者自行提前预约,自行来到景区游览。

直接面对消费者,景区在数字化方面下了大功夫,信息展示、线上预约、网上缴费、电子票务、客流控制……数字技术得到空前应用,推动了文旅行业的数字化转型。

餐饮业也加速了数字化进程。许多店面不再提供纸质菜单,而是建议顾客用手机扫码进入电子菜单小程序,在手机上直接自助完成下单和付款。“预计小程序将帮我们减少5%的人工成本。”成都小龙坎餐饮管理有限公司品牌总监苏小算算了一笔账。

疫情正在重塑中国服务业。越来越多的经营者通过控制成本、数字化营销等方式寻找出路,在应对疫情的

过程中实现转型升级。

国家统计局数据显示,中国人的数字消费能力正在大幅提升,今年前4个月,在社会消费品零售总额同比下降7.5%的情况下,实物商品网上零售额却增长8.6%,占社会消费品零售总额的比重达到24.1%。与此同时,服务业已成中国经济第一大产业。其中,生活服务业呈现快速发展势头,占服务消费总额的比重已超过30%。

中国信息通信研究院、清华大学等联合发布的《2020中国生活服务业数字化发展报告》指出,数字经济与服务经济的深度融合,拉开了中国生活服务业数字化发展的大幕,不仅极大便利了居民生活,也不断推动服务业及相关行业变革,为经济迈向高质量发展注入持久动力。

人才向数字服务业流动

近来,“招聘外卖小哥”成为网上热门话题。外卖平台送餐员需求激增,许多90后踊跃应征,成为穿梭在城市大街小巷的一道风景。为什么跑外卖?理由包括:收入不错,时间相对自由,约束较少,可以在本地就业等。

外卖行业在就业市场受捧,凸显了人才加速向数字服务业流动的趋势,今年的支付宝社会责任报告显示:生活服务业首超金融业,成为互联网

人才跳槽首选。

国家统计局数据披露,2019年服务业GDP占比达53.9%,随着规模庞大的线下服务业完成数字化,服务业从业者也迎来了更好的就业前景。

与此同时,互联网、大数据、人工智能等数字技术的发展,推动服务业线下场景线上化和服务业数字化转型的进程。比如,在线外卖风生水起的背后,是中国较为完备的人工智能、云计算、大数据技术。目前,中国已经打造出分钟级即时配送网络:骑手的调度规划0.55毫秒就能完成,每小时可以规划29亿次配送,配送时间从1小时缩短到30分钟以内。

“中央提出做好‘六稳’工作,落实‘六保’任务,其中相当一部分与生活服务业直接关联。生活服务业数字化转型,无论是对当前扩大市场需求、稳住经济基本盘,还是对‘十四五’时期经济转型升级和高质量发展,都将起到重要作用。”全国政协委员王一鸥表示。

下一步新的经济增长点

防疫期间的数字生活培养了更多人的线上消费习惯,在需求侧,服务业数字化消费趋势已经形成,这也倒逼供给侧加快数字化转型。

据悉,服务业在中国国内生产总

值占比已超过半壁江山,但由于以中小企业和个体商户为主,受制于规模小、布局散等特点,目前还有80%的服务业没有数字化。

全国政协常委、中国税务学会副会长张连起认为,目前不少数字生活服务过于分散,增加了居民在手机上“多跑腿”的负担,无法满足居民“一个平台即可满足各类数字生活服务”的需求。

为了帮助服务业数字化转型,国家发改委、市场监管总局曾于去年联合发布《关于新时代服务业高质量发展的指导意见》,提出到2025年“生活服务业满足人民消费新需求能力显著增强”。

市场也瞄准商机,积极行动。日前,蚂蚁金服宣布,打造支付宝数字生活开放平台,聚焦服务业数字化,未来3年,携手5万服务商,帮4000万服务业商家完成数字化升级。

“中国具有发展数字服务业的突出优势,这是由中国有全球最大规模人口、最大规模制造业、最有活力企业以及积极发展新一代数字技术这些因素所决定的。数字服务业一定是下一步新的重要的增长点。”清华大学公共管理学院院长、服务经济与公共政策研究院院长江小涓说。

(人民日报海外版)



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:打开应用点击上方“订阅”

步骤三:选择“添加订阅”后搜索“消费日报”
步骤四:点击右上角“+关注”即可

本报新闻职业道德监督岗

电话:(010)67604554 67604747