

# 消费日报

2021年1月5日  
星期二  
总第7878期  
第4937期  
今日4版

## 元旦银联卡跨行交易总金额3592亿元

本报讯 记者日前从中国银联获悉:2021年元旦当天,银联卡跨行交易总金额达到3592亿元,与去年元旦当天基本持平。

据了解,元旦当天,浙江、陕西、甘肃和贵州等地消费金额的同比增速领跑全国。从节日主要消费行业来看:餐饮方面,黑龙江、内蒙古和山西等地消费金额同比增速最高,普遍在15%以上;购物方面,江苏、贵州、山东地区消费金额增速位居全国前列;交通出行方面,陕西、广西和上海地区的消费金额增长最快;旅游住宿方面,青海、山东和浙江地区的消费金额同比增长均超过10%。

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 ■ 国内统一连续出版物号CN 11-0057 ■ 代号81-9 ■ 广告经营许可证:京丰工商广字第0054号

## 年轻消费者逐渐成为购买主力 国际大牌放下“身段”进军电商 去年中国奢侈品消费全球占比超七成

《2020年中国奢侈品市场:势不可挡》报告显示,2020年中国内地的市场份额几乎翻了一番,从2019年的约11%增长到2020年的20%。这种增长或将持续进行。中国有望在2025年之际,占据全球奢侈品市场的最大份额。

与此同时,年轻消费者逐渐成为“购买主力”,更喜欢线上购物的形式,因此奢侈品线上销售份额也在不断增长。针对这一趋势,不少奢侈品都开始放下“身段”,进军电商平台,以抢占更多市场份额。不难看出,数字化、年轻化已经成为奢侈品行业的新趋势。

### 疫情重创全球奢侈品行业

回顾2020年,奢侈品行业可谓一波三折。年初,由于新冠疫情蔓延,一些奢侈品牌不得不暂时关闭中国市场的门店,基于中国精准的防控策略,不少业内人士认为疫情对奢侈品的影响可控。然而,随着疫情在欧洲各国和美国暴发,为了控制疫情,多国政府陆续出台“非必要”经营场所关闭的要求,奢侈品牌只能采取关闭部分门店、取消各类时装周、调整生产线等策略。

尽管第三季度全球奢侈品行业业绩有所改善,然而自10月以来,欧美疫情出现反弹,令第四季度的销售额充满不确定性。对于第四季度,贝恩公司按惯例给出了三种不同的预测,分别是最佳(-5%)、基本(-10%)和最差(-20%)。贝恩预计,全球奢侈品市场遭受的

重创需要三年的时间来恢复,预期在2022年底至2023年初可恢复至2019年水平。2021年整体行业的恢复情况仍存在诸多变数,宏观经济情况、新冠疫情的发展、国际旅游恢复速度、各地消费者信心恢复程度等都是主要变量。

### 中国境内市场一枝独秀

在疫情冲击下,各国旅游业极大萎缩,中国消费者更偏向于在国内购买奢侈品。据贝恩统计,2020年境内市场在中国消费者全球奢侈品消费中的占比达到70%至75%,创历史新高。

多个奢侈品品牌表示,从疫情得到较好控制的第二季度开始,中国市场销售额变化明显优于全球市场。2020年4月前三周,LV在中国内地门店的销售额比去年同期增长了约50%,打响了中国奢侈品市场回春的“第一枪”。同样是4月,爱马仕广州太古汇旗舰店在开幕首日的销售额高达1900万元,创全国新门店开业首日业绩新高。3月至9月,历峰集团在中国的销售大涨78%。

针对中国市场的强劲表现,贝恩公司资深全球合伙人布鲁诺(Bruno Lannes)指出:“疫情对全球经济和社交场景产生了很大影响,导致全球奢侈品市场萎缩。然而在中国,有四大引擎支撑了奢侈品消费市场在后疫情时期的回暖,分别是消费回流、新世代消费者崛起、数字化发展以及在增长中扮演重要角色的海南离岛免税购物。”

贝恩预测,2020年中国境内奢侈品市场在经历年初的疲软之后,有望实现全年48%的增长,预计达到近3460亿元人民币的市场规模。

伯爵(Piaget)首席执行官 Chabnam NOURI在接受21世纪经济报道记者专访时表示,中国市场有着不可小觑的战略地位。具有强大潜力的中国市场为该品牌提供了充满机遇的推广平台,而中国消费者为品牌带来良好的市场反馈与新的灵感。

### 数字化、年轻化成为新潮流

受疫情的影响,消费者的消费习惯在2020年发生改变。《2020年中国奢侈品市场:势不可挡》报告显示,近40%的消费者打算在未来几年增加在线上购买奢侈品的比例,另有40%表示他们打算保持现有比例。

对此,各大奢侈品品牌也做出了相应的调整。2020年至今,Cartier、Prada、Gucci、Kenzo、Miu Miu、Armani、Dior等品牌都入驻天猫电商平台。据统计,2020年1月至11月,以路易威登、爱马仕、Gucci、Prada为代表的奢侈品品牌在天猫国际的成交额同比增长72%。

贝恩公司全球合伙人、大中华区数字化业务主席张婧表示:“2020年起,许多奢侈品品牌也更坚定地致力于全面的数字化战略,包括入驻所有关键的数字渠道。”

同时,奢侈品的消费群体也正变得年轻化,因为“网购”的形式提高了年轻消费者在奢侈品消费中的权重。贝恩公司指出,1981年以后出生的消费者如今占到奢侈品总购买量的近60%。到2025年,千禧一代及25岁以下的消费者将成为奢侈品市场的主力军,预测其占比将达到65%—70%。

NOURI对记者强调,年轻消费群体消费能力逐渐上升,并且能为品牌开拓更广阔、更稳定的市场带来更长久的消费动力。而在网络和传媒高速发展的当下,作为网络中最活跃的群体,年轻人更擅长带动品牌话题、制造热点、提升品牌知名度、强化品牌价值。“中国消费者,尤其是年轻人,也在逐渐习惯于各种线上消费平台以及诸如直播一类的营销形式。这也是我们选择入驻天猫官方旗舰店的原因之一。”

事实上,对于曾经“高高在上”的奢侈品品牌来说,入驻电商平台对其自身的调整也是一大挑战。NOURI认为,对于奢侈品品牌来说,“我们不仅要贴近消费者的购物习惯,发展线上销售,同时也需要确保品牌线下精品店的服务质量,给予线下消费者更好的购物体验与更加完善的消费保障。”

对此,张婧认为,奢侈品品牌正在把精致、品质和对细节的关注灌输给全新的消费者互动活动中。这正是奢侈品品牌向数字化迈进的早期阶段所缺失的,也是品牌消费者运营策略的核心所在。

(施诗 万虹君)

## 浙江安吉力促竹产业转型升级

争做标准制定者

本报讯 近日,浙江安吉竹产业企业参与国际标准制定取得“零”的突破。该县信竹生物科技有限公司和金森竹炭制品有限公司参与制定的《通用竹炭 ISO21626-1:2020》等3项竹炭系列国际标准发布,标志着安吉竹炭产业的技术和产品正加速走向世界前沿。

“参与制定3项竹炭系列国际标准,让企业有了更多行业话语权,也让企业在改进生产工艺、布局未来发展方向等方面占据了先机。”信竹生物科技有限公司总经理张伟岳介绍,公司年产1万吨环保吸附性用炭,市场遍布全球各地。

竹产业是安吉的传统产业,如何让“老树”开出“新花”,提升国际竞争力?该县大力实施标准化战略,推动企业积极参与国际标准化制定工作,以标准促进竹产业转型升级。

“为了鼓励企业积极参与,今年我们在政策上进行了升级,对主导(参与)制定国际标准的企业给予每家80(30)万元的奖励。”安吉县市场监管局质标科科长王忆杰说。据统计,2020年以来,该局针对国际标准制定工作已累计开展企业走访117次,组织开展各类活动5次,助力企业解决问题30余个。

(李世超 陈丽君 陈晓华)

本报新闻职业道德监督岗

电话:(010)67604554 67604747

## 内地电影市场总票房达204.17亿元

虽然相比前两年有所下降但仍是全球票房最高



根据猫眼研究院日前发布的《2020中国内地电影市场数据洞察》,2020年中国内地电影市场总票房为204.17亿元。

受中国境内疫情防控利好形势的影响,中国电影票房产量恢复到了去年三成,年票房折合约为31.29亿美元,历史上首年成为全球票房最高的电影市场。

根据国家电影局发布数据,2020年中国内地电影总票房204.17亿,相比2018年下降66.5%,相比2019年下降68.2%。7月20日内地电影市场复工以来,全国城市院线票房180.61亿,相比2018年同期下降26.6%,相比2019年同期下降

39.2%。

不同于过去几年口碑与票房的强相关,2020年口碑不占优势的影片也可以凭借题材稀缺性和内容娱乐性收益颇丰,但这只是特殊时期的短期特点。剧作仍是观众评价一部电影的最重要考量。在今年院线类各评分要素中,泪点、爱情平均占比较高;制作类各评分要素中,或因进口大片数量减少,画面、场景的平均占比相对靠前。

结合近年来中国内地电影市场的供给情况,7月20日以来主流观影题材、类型、内容逐步释放,这既带来了因需求

长时间受挤压而产生“黑马”的情况,也导致了受众相近而引起后入影片票房不及预期情况。

截至2020年底,全国影院复工率已达到94.8%,但经过了半年休业,影院在经营上仍承担了较大成本风险。自复工以来,影院在经营上减少非黄金场次的放映,控制成本,观众也做出了偏向黄金场观影的互相选择,进而黄金场与非黄金场的效益逐渐拉大。

同样,复工以来影院在工作日的排场也相对减少,在平均放映场次占比上相比2019年下降了1.5个百分点,而这一改变也是顺应了复工以来观众观影习惯的改变,票房占比上周末相比去年同期提升了3.3个百分点,观影更趋向周末的趋势明显。

往年IMAX3D仍是特殊厅观影的首选,2020年受疫情影响,特殊厅3D版本影片单片产值虽仍创作佳绩,但整体票房下降。复工后观众对特殊厅消费仍十分青睐,这促成了IMAX2D、CGS中国巨幕2D整体票房的大幅上涨。其中,《八佰》的点播是IMAX史上规模最大、时间最长、票房产出最大的点播,点映4天IMAX票房1500万,场均人次106。

(刘燕秋)

### 防范电信陷阱 深圳市消委会提醒——

#### “预存话费送手机”套餐要留意消费限制条件

本报讯 深圳市消费者委员会、深圳市市场监督管理局宝安监管局近日发布消费提示,提醒广大消费者警惕“预存话费送手机”消费陷阱。

深圳市消费者委员会、深圳市市场监督管理局宝安监管局提醒广大消费者勿贪图小便宜,消费前认清“预存话费送手机”“免费抽奖送手机”和“0元购机”活动内容,选择资质良好的商家进行消费;

一是了解商家资质,认清套餐内容。消费者选择“预存话费送手机”消费模式前,应充分了解商家经营资质,建议通过正规运营商销售点进行消费;如通过非正规运营商销售点购买此类商品或者服务,应选择资质良好、品牌实力较强的商家进行消费。消费前应了解清楚“预存话费送手机”套餐是否有各种消费限制条件,消费协议上应明确返还话费是

否为运营商话费、返还期限和返还金额。二是加强防范意识,警惕“免费”陷阱。部分不法商家利用消费者贪小便宜的心理,宣称“免费抽奖送手机”或“0元购机”手机,但实际上须充值高昂话费或每天消费一定的额度并持续三到五年不等的时间才可免费获取,如遇此类情况,消费者应时刻提醒自己“天下没有免费的午餐”,认清各种消费限制条件,谨慎消费。三是留存购物凭证,及时主动维权。消费者需保留合同、发票及其他相关消费凭证。

(中新)

## 市场监管总局印发《乳制品质量安全提升行动方案》 虚假宣传、假冒伪劣乳制品将遭严打

本报讯 近日,国家市场监督管理总局(以下简称“市场监管总局”)印发《乳制品质量安全提升行动方案》。市场监管总局指出,将加大违法违规行为打击力度,严厉打击使用不合格原料、非法添加非食用物质、滥用食品添加剂、虚假夸大宣传、生产假冒伪劣乳制品等违法行为。

市场监管总局表示,将加强乳制品企业许可审查,加大对婴幼儿配方乳粉生产许可的审查力度,重点审核与产品配方注册内容的符合性,特别是产品配方注册申请材料、生产设施、生产工艺是否发生变化,审核企业食品安全管理制度以及质量管理体系建立情况。

值得注意的是,市场监管总局表示将修订《婴幼儿配方乳粉产品配方注册管理办法》,明确不予注册的情形,要求企业具有完整生产工艺,不得使用已符合食品安全国家标准的婴幼儿配方乳粉作为原料申请配方注册;并进一步加强对婴幼儿配方乳粉产品配方科学性、安全性和材料研发报告的审查,对配方科学性依据不足,提交材料不支持配方科学性、安全性的一律不予注册。

另外,市场监管总局还将加强乳制品抽检监测。监督检查人员将对乳制品生产企业开展监督检查时,根据需要可对原料、半成品、成品进行抽样检验。婴幼儿配方乳粉的抽检,按照“企业和检验项目全覆盖”的原则开展,每月在流通环节对已获配方注册且在售的全部国产和进口婴幼儿配方乳粉企业生产的产品进行抽检,及时公布抽检结果。市场监管总局也将引导企业加强创新研发,加强低温乳制品冷链储运设施建设,发展智慧物流,全程监控储运和销售温度,确保产品安全与品质。

中国食品产业分析师朱丹蓬表示,中国乳制品行业经过了最近三年的发展,在整个产业链以及供应链上有了非常大的提升,未来的中国乳制品行业应该依托整个大健康趋势不断地深化以及完善。

朱丹蓬进一步指出:“就目前来说,中国的乳制品行业可以说是进入了一个全新的黄金十年,疫情之后,消费者对于大健康属性的产品是比较青睐和追捧的,乳制品行业既有大健康属性,也有其营养价值,因此也会进一步得到消费红利的释放。基于此,国家在整个监管层面对于乳制品行业也就会有更高的要求 and 更全面的指导。”

(赵述评 雨薇)

## 支持3000余万户经营主体 去年金融向实体让利1.5万亿元

本报讯 中国人民银行2020年12月31日发布消息,目前,银行已累计完成对6万6千多亿元贷款的延期还本付息,累计发放3万3千多亿元普惠小微信用贷款,支持3000余万户经营主体,实现1.5万亿元金融系统向实体经济让利目标。

中国人民银行行长易纲表示,2020年,受疫情影响,很多小微企业生

存压力骤然增大。中国人民银行全力支持稳企业保就业,增加1万亿元普惠性再贷款再贴现额度,创新两项直达实体经济的货币政策工具,持续释放贷款市场报价利率(LPR)改革红利,多措并举支持银行加大信贷投放力度,坚定不移推动金融机构合理让利,千方百计降低实体经济融资成本。

(徐佩玉)

## 《进出口税则(2021)》实施

有利于优化营商环境 推进贸易高质量发展

本报讯 根据《中华人民共和国进出口关税条例》(以下简称《进出口关税条例》)及相关规定,国务院关税税则委员会近日印发公告,公布《中华人民共和国进出口税则(2021)》(以下简称《税则(2021)》),自2021年1月1日起实施。

《中华人民共和国进出口税则》是《进出口关税条例》的组成部分,包括根据国家关税政策以及有关国际协定确定的进出口关税税目、税率及归类规则等,是海关计征关税的依据。《税则(2021)》进出口税目、最惠国税率、进口暂定税率、协定税率,在《税则(2020)》基础上,根据《国务院关税税则委员会关于2021年关税调整方案的通知》(税委会〔2020〕33号)进行了调整。除《税则(2021)》中已公布的税目税率外,法律、行政法规等对进出口关税税目、税率调整另有规定的,仍依照

法律、行政法规等实行。公布《税则(2021)》,有利于继续保持关税政策调整的规范化、透明化,为公众提供更多便利,也有利于持续优化营商环境,推进贸易高质量发展。

(王观)

### 公示

消费日报社拟申请新闻记者证人员名单

桂大成

监督举报电话:010-83138953

010-67605353

消费日报社

2021.1.5



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