

内页导读

18 股市大势

市场积重难返
适当调换筹码

内页导读

19 理念分享

地量低价
行情磨人

新民财经

本报经济部主编 | 总第 10 期 | 2018 年 9 月 8 日 星期六 本版编辑: 刁炳芳 视觉设计: 邵晓艳 编辑邮箱: xmjlb@xmwb.com.cn

消费观念“进化” 想花肯花会花

首席记者 谈璠

《碟中谍 6》热映中,旅游爱好者窃喜——谍战大片“买一送一”,附赠一部绝美风光片。被取景地瑰丽壮观的无敌景致勾起了“打卡”热情,资深“驴友”对着巴黎大皇宫感叹“去过”或“可惜曾擦肩而过”,新生代当即把挪威峡湾布道石、新西兰皇后镇附近山谷列入下一次自由行目的地。

最近,涪陵榨菜、安井食品等大众消费品上市公司半年报反映出盈利持续改善,引发了另一波各方对消费行为变化的热议:想花肯花的转向了会花,理性务实的消费观占据上风。

消费结构悄然变,观念“进化”进行时。



图 IC

1 时间是金 主动花钱买便利

民以食为天,一日三餐是刚需。方便食品、外卖食品崛起,代表了消费结构变化的特征之一:看重性价比,图省时省力。

恩格尔系数是指居民家庭中食物支出占消费总支出的比重。中国整体的恩格尔系数近 20 年下降明显,2000 年首次低于 40%,2016 年为 30.1%,2017 年更是首次跌破 30%,说明消费在持续升级中。

消费偏好渐渐向优质、平价的品牌商品集中,三四五线城市及乡镇消费的这一趋势更加明显。从榨菜、酱油、二锅头等上市公司的半年报分析可见,其品牌中的中高档产品销量上升,低端产品销量下降。以康师傅半年报为例,其收益增长了 8.5%,细分发现各产品门

类中,高价袋面销量的占比明显上升,非常好卖,而中低价产品遭到冷遇。今年初,统一公司实施涨价政策,其高端方便面产品顺应了消费者对健康的需求,同样热销。广发证券认为,三四线城市人口呈现回流态势,带来一线城市消费倾向惯性,有助于推动消费格局与品质的提升。9 月 2 日,度小满金融 CEO 朱光表示,未来三四五线城市消费信贷市场的潜力极大,从度小满金融的客群来看,三四五线城市的用户占比正在快速增长。

在一线城市,网上订餐服务红火,成为消费新趋势。老年人习惯于节俭,虽说费时费力,自己买菜做饭是省钱首选。一线城市吸引了来自全国的年轻人,消费方式和上一代

存在相当大的不同。工作繁忙,竞争激烈,“朝八晚八”甚至一周七天“九九六”的工作方式也不鲜见。时间变得最为昂贵,消费行为以节省时间提高效率为主导准则。

工作日的办公楼,外卖穿梭出入。咖啡奶茶、午餐晚餐、下午茶点,甚至海底捞的火锅,网上订好了直接送到办公室,不用出门也免了排队。时间节省下来,用在更有价值的地方:继续进修深造,健身房里“撸铁”,交友聚会社交,休息补充体力。很多年轻人明白:享受生活,还是要靠勤奋工作、不断提升自己来为消费埋单。

2 变买为租 自由发展少束缚

从勤俭持家向能挣会花过渡的过程中,中国人的消费行为存在明显代沟,买和租是其中一条分界线。年纪稍长者拥有一定的经济实力,喜欢买买买,从囤货中获得安全感和快乐,有时不得不忍痛对闲置物品实施“断舍离”。年轻人乐于尝试提前消费,也会苦于荷包不够丰盈,于是“租”逐渐成为一种流行。

一对海归小夫妻在上海找到工作定居发展,租下浦东花木一套新交房的精装修公寓,觉得挺划算。1 万元出头的月租金,相对于上千万元的房价而言,跟银行存款利息相差不多。据了解,房东才比

他们大十几岁,买房子一是为了保值,二是将来留给儿子结婚用。

一项全球购房者平均年龄的调查报告显示,英国及美国人首次购房的年龄在 35 岁,年龄最大德国和日本为 41 岁,而中国大城市青年的首次购房年龄则明显偏低。没有父母的鼎力支持,这是“不可能完成的任务”。“房住不炒”的调控下,房价预期难再涨,租房带来更多发展自由和便利。

一位 90 后姑娘最近刚被猎头从广州挖角到北京就职,搬家时仅带了一只旅行箱。她说,一个新的工作机会意味着新的开始,长途搬家并不是什么难事,因为房

子和衣服都可以租,城市迁移的代价非常低。

创新时装共享平台衣二三成立于 3 年前。创始人兼 CEO 刘梦媛是位 80 后,她说,当时设想为女生们建立“云端共享衣橱”,不占家里空间,在有限的预算下每天根据场景心情选衣。目前衣二三的注册用户超过了 1000 万,拓展了全球 500 多个时装品牌,并在多个城市设立了仓洗配一体的智能运营中心。

租房、租相机、租单车、租乐器、租衣服……只要想得到,就能租得到,用不多的租金花费,实现最大效应,没有“去库存”负担。

3 理性多样 服务消费持续涨

花钱“由实向虚”发展的特征,反映出消费趋于理性化、多样化。食品、服饰等实物消费比重下降,服务消费比如医疗保健、教育文化娱乐以及交通通信等的支出比重上升。数据显示,2013 至 2017 年,我国城镇居民食品和衣着支出占总消费支出的比例从 38.5% 持续下降到 35.8%,医疗保健、教育文化娱乐服务、交通通信支出占总消费支出的比例从 29.4% 持续上升至 32.5%。

消费起点有高低之别,印证着生活水准的提高以及消费结构的变迁。80 后、90 后的消费起点明显高于以前。长途旅游是年轻人当下消费的必选项,对于 60 后、70 后来说,当年绝对算奢侈品。

从想花、肯花,最终达到会花的境界,需要一段较长的尝试过程。出境游热在中国兴起不过 20 年左右时间,游客消费的“进化”有目共睹。比如,头一两回出境游时,人们喜欢

买名包、名表等奢侈品带回国,因为国内外价差大,买到就是赚到,又能“炫”一下,其他费用能省则省,甚至带上泡面。去的次数多了,不觉得有多稀罕了,乐意采购能提高生活水准、质优价平的商品。再后来,青睐不同文化的体验式消费,尝试着感受当地人的生活细节。带回的箱子不再塞到容量上限,体验和回忆装满了内心。

能挣还得会花,会花也是一门学问,让消费资金发挥最大效用。因此,优质大众消费品的热销是必然趋势。以前人们出国有一个共同的体会,发达国家的居民并不像中国人那样热衷于享用名牌、在意物质生活的差异,同样看不懂老外乐意把钱大量花在自己的爱好上,比如户外运动和文化享受。现在渐渐明白:消费追求的“进化”是一种必然,经历了长时间的富足之后,务实平淡才是真。

给消费热度多添柴

首席记者 谈璠

财经风向标

一个喜大普奔的好消息这几天火速传开:九价 HPV 疫苗即将在上海上市了!上海 2018 年度第二类疫苗集团采购项目(增补)进行了国内公开招标采购,采购目录中就包含九价人乳头瘤病毒疫苗,即九价 HPV 疫苗。九价 HPV 疫苗已完成评标和定标工作,9 月 7 日公示期结束,有望进口进入运输配送环节。

为什么女性一直在盼望着九价 HPV 疫苗能早日上市?在它没有落地之前,不少等不及的女性朋友专门三次飞到境外进行注射,花费不菲。宫颈癌是 15 至 44 岁女性第三大高发癌症,99.7% 的宫颈癌由 HPV 病毒感染引起。打九价疫苗能预防 90% 的宫颈癌。上海的中标价每支 1300 元

左右,接种者需要注射 3 针,总费用 4000 元不到,与出境注射相比不用请假又节省了一大笔支出,也让为数更多的工薪族能承担得起。

消费在升级,优质医疗服务产品等的需求也日益增长。老百姓乐意解囊争购,希望多多益善。提升消费热度需要多添几把柴,从各方面使劲。从供给侧看,早日把美酒引出深巷,让更多能提高生活质量的优质产品及服务投放市场,尤为重要。

“中国经济增长比较靠得住的是消费。消费升级的长期趋势没有改变。”8 月 31 日,中泰证券首席经济学家李迅雷表示,现在中国经济出现存量主导的特征,过去过剩的产能会在这个过程实现优胜劣汰,消费结构也在发生变化。中国经济的三驾马车中投资和出口在走弱,尤其是靠基建投资这种资本的投入,越到后期所产生的回报率就越低,未来我们要依靠消费来拉动经济增长。

让老百姓敢于消费,除了优化医疗、教育、养老等保障制度之外,社会就业率保持稳定,增加工薪阶层的可支配收入同样不可或缺。一周前,个税法修改决定公布,每月起征点由 3500 元上调至 5000 元,优化调整了个税的部分税率级距,10 月 1 日后月入 2 万元以下的将减税 50% 以上。减个税大礼包新增了子女教育、继续教育、赡养老人等六项专项附加扣除,纳税人的负担进一步减轻。让利于民也将带来消费红利,工薪阶层手头的余钱多了,花钱添了底气。

老百姓对美好生活的向往,很大一部分靠消费提升来体现。助力消费,利国利民。