

· 资讯 ·

周大福联手瑞幸定制项链

北京商报讯(记者 王晓然 刘卓澜)1月23日,周大福官方微博发布消息,将联手瑞幸咖啡推出22K金定制款幸运项链。此次合作并非周大福首次跨界合作。前不久,周大福联合互联网教育品牌tutorabc进行战略合作,tutorabc学员可以在周大福上海门店享受会员折扣,周大福的到店客户可以在指定柜台扫二维码预约tutorabc试听课程。除了教育品牌之外,周大福还与明星、影视剧推出合作款,如《楚乔传》剧中主演的图腾做成了首饰。

各大珠宝品牌的业绩都有不同程度的降幅,但珠宝购买的趋势却在上升。国家统计局日前发布的最新零售数据显示,2018年1-12月,黄金珠宝零售额为2758亿元,同比增长7.4%。仅12月,黄金珠宝零售额即为276亿元,较去年同期增长2.3%。

珠宝品牌竞争日趋白热化,消费者对于品牌的效率、创新和品质的要求也越来越高。业内人士认为,消费者喜好变化较快,品牌持续的产品创新能力至关重要。

东城抽检140例食品暂无不合格

北京商报讯(记者 王晓然 王维祎)春节来临之际,北京市东城区食药监局近日对全区范围内的14家食品集中交易市场进行了监督检查,并采用快速检测、联合第三方检测机构抽检两种方式,对节日市场需求量大、风险隐患较高的米、面、油、水果、蔬菜、猪牛羊肉、水产品等食品开展集中专项抽检。已经抽检140余例,目前尚未收到不合格报告。与往年不同的是,今年抽检项目参考了“你点我检”平台的大数据,通过对平台上线18个月的数据分析,统计出百姓关注食品的点击率排行,结合日常监管情况,针对性开展抽检工作。

据了解,东城区食药监局也加大了对辖区大型连锁商场超市、便利店、食品贸易商等监督检查力度,对节日消费量较大的糕点、酒类、熟肉制品、食用油、饮料、果脯蜜饯等食品专项抽检,截至目前检查食品经营企业268家,抽检136件,未发现不合格食品。

东城区食药监局执法人员提醒,节日期间采办年货要到正规的商场、超市、农贸市场购买食品,如有检测需求,可以点击“东城食药监管”微信公众号中的“你点我检”平台提交申请,如遇相关食品药品安全问题,可拨打投诉举报热线12331。

首个保健酒标准出台

北京商报讯(记者 刘一博 许伟)保健酒有了明确的定义。1月23日,北京商报记者获悉,中国酒业协会批准发布的T/CBJ 5101-2019《保健酒》和T/CBJ 5102-2019《保健酒生产卫生规范》团体标准,将自今年2月1日起正式实施。新规首次明确了保健酒的定义,标准实施后将有望改善保健酒行业“良莠不齐”的乱象。据了解,此次新规首次对保健酒进行了明确定义,规定以蒸馏酒、发酵酒或食用酒精为基酒,加入符合国家有关规定的原料、辅料或食品添加剂的保健酒,应取得保健食品批号或备案,并具有保健功能的饮料酒。适用于特定人群食用,并具有调节机体的功能,但不以治疗为目的,并且对人体不产生任何急性、亚急性或慢性危害。

业内人士指出,由于此前国内一直没有专属的保健酒定义,国内保健酒完全套用露酒或者配制酒的标准,而露酒(配制酒)包含太多的酒种,定义含糊,并不能完全体现保健酒特性。此次《保健酒》新规的实施,将进一步规范保健酒产品及行业。

北京跨境贸易加速便利化

岁末年初,区域联动、部门联动和跨境电商新政多措并举,北京的跨境贸易便利化水平实现跨越式的发展。多维度的政策支持不仅获得了更多企业的欢迎,降低了经营成本,更通过跨境进口使境外商品更多更快地得以进入中国市场,助力北京的消费升级。



联动,此次参与发文的单位从两市7个部门扩大到了两市财政、发改、市场监管等共13个部门。

单一窗口

同时,北京的“单一窗口”建设取得了巨大进展,2018年全年累计业务量670.83万票,较2017年4.66万票大幅增长;平台功能扩展到13大类50项应用,其中航空器、税费支付、机电、非机电等共计12类新业务实现“零”的突破。

所谓“单一窗口”简单地说,就是贸易商能够通过一个入口,向各相关政府机构,提交货物进出口或转运所需要的单证或电子数据,从而提高贸易便利化水平,降低企业成本。

富士康科技集团关务经理王浩远说:自2017年8月北京“单一窗口”试点推广伊始,富士康科技集团与北京口岸就加强政企合作及推动“单一窗口”试点达成高度共识,鼎力支持北京单一窗口货物申报业务上量达标。王浩远表示,下一步富士康将在通关一体化“总对总”、全业务类型参与、专业高效客服需求等方面继续加大与北京“单一窗口”的合作,努力实现企业发展目标。

中外运北京空运有限责任公司经理蔡晓猛表示,通过北京“单一窗口”可以完成货物申报、舱单申报、运输工具申报、展览品申报、许可证件申领、税单自主打印等功

能,实现了通关业务类型的全覆盖。公司通过“单一窗口”日均申报达到400票以上。

电商更快

随着1210的海关监管方式适用范围已经扩大到北京,同时与此配套的跨境电商营商环境也正在进一步改善。“1210”是个海关监管模式的代码,全称是跨境电商网购保税,其适用范围是“对跨境电商零售进口商品不执行首次进口许可批件、注册或备案要求,而按个人自用进境物品监管”。

“不仅仅是通关时间,更重要的是1210节省了首次进口的许可等审批流程。”据宏远控股集团有限公司保税事业部销售客服副经理孙梦苗介绍,此前一款首次进口的商品,获得进口许可的周期往往在2-6个月左右。化妆品是取得进口许可比较慢的品类,首次进口审批流程最快也要在半年左右。因此,去年11月21日国务院常务会议决定的跨境电商进口零售“不执行首次进口许可批件、注册或备案要求,而按个人自用进境物品监管”的政策优势就显得格外明显。

北京商务局相关负责人认为:“通过扩大跨境电商进口助推消费升级,不断扩大中高端消费品的占比,迎合品质消费和个性消费的趋势。”

北京商报记者 闫岩

“90后”成为消费市场中坚力量

北京商报讯(记者 王晓然 王维祎)年轻消费逐渐成为消费“潜力股”。1月23日,尼尔森发布的2018年四季度中国消费趋势指数报告显示,四季度中国消费趋势指数为113点,较上一季度的112点提升了1个点,实现平稳增长。“90后”在中国网民中占比达28%,居于各年龄段首位。“90后”已成为互联网时代的消费主力军。

报告指出,60%的“90后”更关注“我的想法”而不关注别人/社会的规范;22%的“90后”在去年内换

了工作;66%的斜杠青年是“90后”。

在消费意愿方面,“90后”的消费意愿最高,其中72%拥有“优秀”或“好”的消费意愿;“95后”更加谨慎,54%的人有“优秀”或“好”的消费意愿。同时,“90后”有强烈的自我认同感,36%的人会通过研究分析形成自己的判断,35%的人坚守自己认为对的价值观。

尼尔森中国区总裁赵新宇认为,目前,“90后”正在逐渐成为消费市场的中坚力量,他们是深受互联网影响的一代,对数字经济有更

高、更强的敏感度,以互联网为渠道的数字经济正成为经济增长的核心动力,并以此带动了消费方式的转变和消费升级。

“90后”与“95后”共同追求消费升级,但购物行为大不相同。报告显示,“95后”是狂热的技术消费者;“90后”是必需品消费者。同时,“90后”更重视质量和地位,他们更愿意为自然种植、明星代言等产品属性多付钱;“95后”偏爱小众和个性化,他们更愿意为具有个性化、手工制作属性的产品多付钱。