

释放活力 促消费政策在路上

“开年以来,我们的运营状况正在改善。”一家养老服务企业负责人表示,“我们希望政策继续精准发力,进一步帮助我们加速恢复。”今年,恢复和扩大消费占据绝对的优先位置,在接续政策的施力下,消费链上的各个领域、每个环节也正在修复中。

下一步将如何接续施策进一步提振消费?3月6日,在国新办举行的“权威部门话开局”系列主题新闻发布会上,国家发展改革委副主任李春临表示,今年将从制定出台相关政策文件、增强居民消费能力、培育消费新增长点以及改善消费环境等方面来推动消费持续恢复和扩大。“新的一年,政策工具箱里有很多政策工具来应对制约消费的不利因素。我们有信心、有能力保证今年促消费措施落实,在全年GDP 5%左右的增速中让消费做出更大贡献。”



优化升级。”

此前,《扩大内需战略规划纲要(2022-2035年)》中曾提出,要加快培育新型消费、大力倡导绿色低碳消费,今年相关工作也将在此方面发力。

李春临指出,将培育消费新增长点,大力倡导绿色消费、新型消费。“将支持住房改善、新能源汽车、养老服务、教育医疗文化卫生体育等重点领域的消费,鼓励发展消费新业态新模式新场景,进一步激发消费市场活力。”

“这一政策对我们而言比较重要。”安吉尔公司相关负责人向北京商报记者表示,“与我们公司相关的净水器消费在国内的市场正处于上升期,居民改善生活品质会进一步释放净水产品需求,属于消费升级需求。疫情后经济复苏,结合恢复和扩大消费的政策,我们看好接下来的消费形势,并且会围绕‘科技创新’这一关键词推出适配消费升级的高品质科技产品。”

如何培育消费新增长点?付一夫认为,后续可以积极发展文旅、会展等产业,继续支持包括吃、行、游、购、娱等在在的夜间经济发展,进而带动各地消费的提振。“在措施上,则应继续重视以上消费为代表的新型消费业态的重要地位,加大力度完善新型消费基础设施建设,并支持线下主体的线上化拓展与转型,着力布局并出台相关的支持方案,同时针对行业暴露出来的问题要强化治理,以此来推动新型消费业态的健康发展。”

此外,消费是经济增长的重要引擎,也是生产生活的最终目的,要进一步促进消费增长,消费环境的改善也至关重要。

“今年还将进一步完善促消费体制机制,研究制定关于营造放心消费环境的政策文件,健全标准质量管理体系,完善消费争议多元化化解机制、在线消费纠纷调解机制,持续优化消费环境,让老百姓获得感感恩消费。”李春临表示。

北京商报记者 方彬楠 冉黎黎

大宗与服务

“从短期来看,2023年外需不足则更需内需发力;从长期来看,以内需为主导、内部可循环是大国经济的主要特征,发达国家多是以内需为主导的消费国。”增量研究院院长、人民网创投专家咨询委员会特聘专家、中关村数字文化产业智库专家委员张奥平向北京商报记者表示,“因而,在扩大内需战略下,消费将成为经济复苏的基础拉力。”

为此,李春临指出,今年将多措并举推动消费平稳增长,首先便是制定出台关于恢复和扩大消费的政策文件,围绕稳定大宗消费、提升服务消费、拓展农村消费、营造放心消费环境等方面出台务实有效的政策举措,释放居民消费潜力。

消费政策涉及方方面面,哪些将是关注的重点?张奥平认为,短期来看,大宗消费与生活服务消费将是今年政策促消费的重点。

作为生活服务类企业——北京悦己居家养老服务有限公司负责人杜辉对此表达了期待。“刚刚过完年,许多老人的子女可能还没投入工作,所以我们养老服务的情况暂时没有完全恢复,有政策助力,期待能够尽快复苏。”杜辉表示,“也希望后续的政策能够更加精准。”

对于接下来的具体政策,杜辉也表达了自己的期望。“一方面,没有收入就没有消费,希望能够提高消费者的收入;另一方面,期待能为养老服务行业制定统一的标准,让消费者能够对企业有信任感,从而找到有资质的正规企业寻求服务。”杜辉表示,“最后,我们行业通常是微利运行,抗风险能力较低,希望能有减税、补贴等政策向与我们类似的行业稍微倾斜。”

收入、保障与补贴

杜辉的期望,李春临在会上已有所提及。

“将增强居民消费能力。”李春临表示,消费能力来自于就业、来自于收入,所以一定要创新就业、收入分配和消费全链条良性循环促进机制,多渠道增加城乡居民收入,做好基本消费品保供稳价工作,使居民有稳定收入能消费,没有后顾之忧敢消费。

“目前来看,增强居民消费能力有助于疏通目前消费中最大的堵点。”商务部研究院流通与消费研究所助理研究员姜照告诉北京商报记者。同时,张奥平也指出,需重点关注“中低收入人群”的消费力释放。

要释放这一群体的消费力,进一步推动消费的可持续增长,星图金融研究院高级研究付一夫告诉北京商报记者,长期来看,关键是要加快破除抑制消费的一系列障碍,如切实提高中低收入群体的收入水平,着手缩小居民收入差距,并且进一步完善社会保障体系,特别是要妥善处理居民的养老、医疗问题,以此来解决民众消费的后顾之忧。

“通过减税降费、发放补贴、减少裁员、加

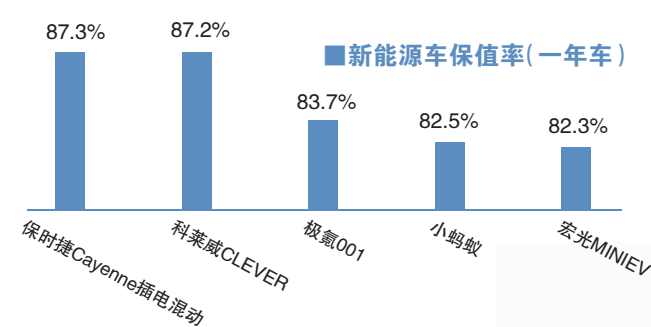
大金融支持力度等多个方面来稳定中小微企业的运行,从而稳住就业大盘,让人们拥有更加稳定的收入来源,继而敢于消费。”付一夫表示。

姜照也建议,“利用产业转型升级机会增加就业岗位,稳定大学生、农民工等重点群体就业,加强落实对小微市场主体的减税降费政策,推动资本市场改革提升居民财产性收入等,更好增强居民消费能力”。

放心环境与调解机制

“当前,我国居民消费呈现升级发展态势。培育新的消费增长点,能够更好地满足民众多样化、精细化、个性化的消费需求。”姜照表示,“目前,我国消费结构中服务消费已占据半壁江山,绿色、智能、时尚、健康的商品和服务更受消费者重视。在这些方面,目前存在许多潜在的消费增长点。充分挖掘新消费潜力,有利于助推消费规模扩大和结构

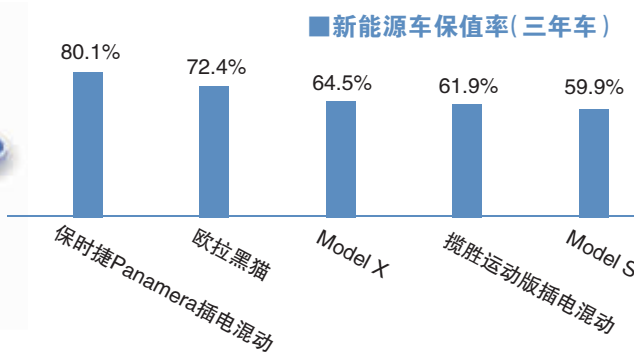
新能源二手车“闭环”≠终点



为让二手车价格“支棱”起来,车企频繁下场“托价”。3月6日,极氪智能科技旗下官方二手车业务子品牌“极氪认证”正式上线。极氪相关人士表示:“极氪认证将为用户提供买车、卖车、换车全场景一站式服务。”



主要车型保值率



官方二手车业务成常态

据了解,在二手车检测上,极氪推出360余项智能电动汽车专业检测标准,依托大数据精准算法模型,自动生成可公开的三电综合状态评分、历史车况等级、整车综合车况评分。用户可在极氪App内一键开启可视化的智能检测,在线生成车辆保值率报告及市场行情参考,随时随地掌握车型的价值。同时,极氪还推出车辆专属二维码身份标识,通过“一车一码”生成专属数字化报告,包括车辆专业检测报告及车辆最新整备记录。上述相关人士表示:“极氪官方回购为车辆保值率‘兜底’,24小时出价、15天保价,全透明的线上流程,从源头保护隐私杜绝打劫,保障车主利益最大化。”

在极氪涉足官方认证二手车业务前,特斯拉、蔚来、小鹏和威马等造车新势力早已入局。其中,特斯拉官方二手车服务由特斯拉自营,通过官方渠道进行严格车辆筛选,回收的二手特斯拉汽车具有品质保障,并会按照特斯拉官方的二手车标准进行整备。2021年1月,蔚来汽车也上线官方二手车服务。蔚来官方二手车业务分为卖车、买车及复购三个环节。同时,蔚来汽车所有官方二手车也有专项检测,保证车况信息透明可追溯,同时还提供原厂配件整备,并通过SONAX车辆翻新技术及软硬件升级。

值得一提的是,与动辄百亿元起步的造车领域相比,新能源二手车业务不仅需要组建专业的评估师团队、搭建评估体系,涉及二手车回购同样需要高资金投入。在汽车行业专家颜景辉看来,二手车属于较专业领域,需要有专业人员加入,同时后期的车型整备及认证也需要相应的技术支持。

“托底”保值率痛点

一直以来,相比燃油车,新能源汽车较低的保值率成为痛点之一。《2022中国汽车保值率研究报告》显示,纯电动汽车三年平均保值率仅为51.9%。北京商报记者从多位二手车商处了解到,对于新能源车一向收车谨慎。“受里程衰减、车型更新速度、智能化迭代等因素影响,新能源二手车的销路成为难题,即便保值率相对较高的特斯拉车型,我们收车时也会根据是否能找到接盘客户而定。”

对此,车企重金下场运营官方二手车业

务,一方面能够在自身品牌车易手时为车辆价格“托底”,另一方面也能为旗下新车保价。蔚来汽车创始人李斌更直言:“蔚来二手车业务不以盈利为目的,长远来看是希望能够自给自足且有一些微利,而真正的商业逻辑是将车辆的全生命周期服务好,保证新车不降价。”

乘用车市场信息联席会秘书长崔东树认为,车企推出官方二手车业务更像打造商业闭环,在新能源二手车市场尚未形成成熟、稳定的价格体系前,欲通过自身提升二手车保值率,提高客户黏性并稳定价格体系。

不过,对于车企“托价”带动新能源车二手车价格走高,部分二手车商似乎并不认同。一位二手车商表示,目前车企的官方二手车业务运营模式更像经营精品二手车,通过提供全套服务提升品牌附加值。但按照二手车交易规律,决定新能源车价格的内部和外部因素很多,很难因为车企下场便易手定价话语权。

北京商报记者 刘洋 刘晓梦

绝味的自救:上市回血

业绩连降的绝味食品正在筹划赴港上市。3月6日,绝味食品宣布拟在境外发行股份(H股)并在香港联合交易所有限公司上市。绝味食品相关负责人告诉北京商报记者,这是为了“加快公司的国际化战略,增强境外融资能力”。

作为2017年就在上交所主板A股上市的正卤味企业,绝味食品为何开始筹划发行H股、到港上市?

对此,绝味食品证券部相关负责人在接受北京商报记者采访时表示,“启动境外发行股份(H股)将加快公司的国际化战略,增强公司的境外融资能力,进一步提高公司的资本实力和综合竞争力,符合公司总体发展战略及运营需要。”

绝味食品在公告中进一步表示,目前公司正与相关中介机构就本次H股上市的具体细节进行商讨,关于本次H股上市的具体细节尚未确定。待确定具体方案后,公司将根据相关法律法规履行相关决策流程。根据发行境外上市股份并在香港联交所上市的相关规定,本次H股上市需提交公司董事会和股东大会审议,并经中国证券监督管理委员会备案,香港联交所审核,本次H股上市能否通过审议、备案和审核程序并最终实施具有重大不确定性,公司将后续进展情况披露。

在广科咨询首席咨询师沈萌看来,H股相比A股来看,无论是估值还是交易流动性都相差明显,因此从财务角度上分析,绝味食品作为A股上市公司其实没有继续发行H股的必要。但是,企业不排除为了体现品牌国际化或者有意拓展国际市场,会选择两地上市,以增强品牌形象。

尽管目前绝味食品能否成功H股上市还存在不确定性,但在业内看来,绝味食品赴港上市是增强企业融资能力、寻求扩充资本之举。这是因为在此之前,绝味食品的净利润出现连续跳水、业绩表现一路下滑。

作为“卤味三巨头”榜首,绝味食品在2013-2019年的净利润增长比例一直不低于20%,最高达31.93%。但进入2022年后,绝味食品净利润便开始一路走低。

财报显示,2022年起,绝味食品在一季报、半年报、三季报的当期归属净利润分别为8907万元、9859万元、2.194亿元,分别同比下滑62.24%、80.36%、77.24%,其中半年报里下滑八成的净利润是其自上市以来最大降幅。而根据绝味食品最新发布的业绩预告,2022年实现净利润为2.2亿-2.6亿元,同比下降73.49%-77.57%,是自上市以来交出的最差年度成绩单。

绝味食品业绩困境背后是整体卤味市场正面临增长天花板。除了绝味食品,周黑鸭2022年净利润同比下滑超过94%,煌上煌2022年净利润同比下降78.69%,卤味行业越来越难获得增长正在成为事实。

在业绩接连跳水、行业增长放缓的局面下,赴港上市或许就成了绝味食品谋求新出路的途径。

中国食品产业分析师朱丹蓬表示,在卤味品类和自身品牌都发展到天花板的当下,绝味食品业绩的增长存在着很大的不确定因素。目前绝味食品的规模效应比较明显,新的行业形势下,曾经的市场地位、门店优势难以作为绝味食品的长期助推力,绝味食品急需更新产品矩阵,优化供应链,强化市场地位。

对于上述问题,绝味食品证券部相关负责人表示,未来公司将继续致力于稳健经营,将以提升门店运营能力作为重点工作,以消费者为导向,以市场为核心,因地制宜地制定市场经营策略,通过加盟商委员会各层级组织的自驱力驱动,品牌营销和门店强基运营双管齐下,为门店终端赋能,提升门店营收,以达成相应业绩指标。

北京商报记者 郭秀娟 张函