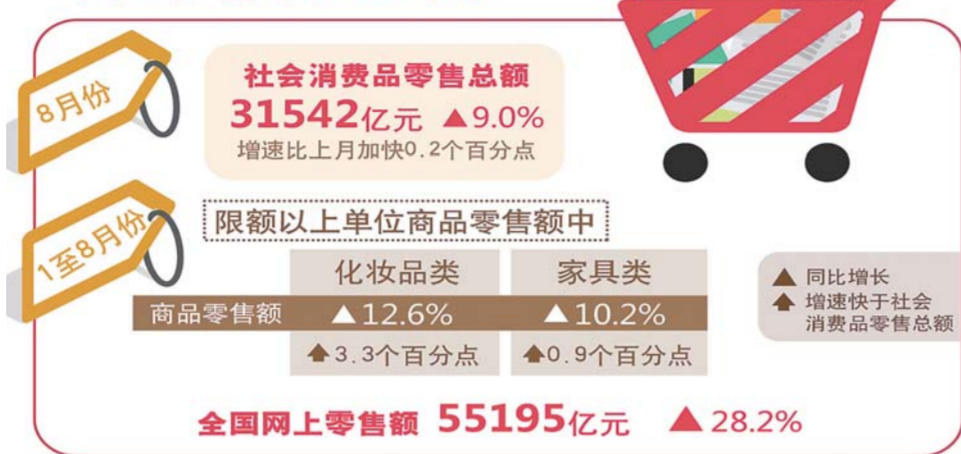


供给侧发力激发消费新动能 服务型消费蕴含巨大潜力

探寻中国消费的时代之变

2018年8月份
社会消费品零售总额
同比增长9.0%

这些故事告诉你消费新变化

上海白领领赵圆圆月收入近万元，日常工作主要是个人消费。“用过拼多多，也去过盒马鲜生。”她说，在拼多多买过几十元一双的帆布鞋，觉得性价比还行。盒马鲜生东西新鲜，也经常去光顾。感觉这两年业态细分和创新越来越快。

个体消费感受的变化，背后是中国消费的内在质变。消费新供给、新业态、新渠道的涌现，正带给中国消费者更丰富的选择，更透明的信息，并催生更理性的消费观。

“性价比”的消费越来越受青睐——

2013年成立的名创优品，去年销售额达120亿元，如今在全球拥有3000家连锁零售店。从唇膏饮料到毛巾文具，名创优品3000多种日用商品中，定价10元的占50%。“10元是黄金价位。通过打通供应链，用合理价格提供富有设计感、货真价实的优质品。”名创优品联合创始人叶国富说。

全球看，从零售业的沃尔玛、7-11，到服装业的优衣库、迪卡侬，再到戴尔电脑、宜家，优质低价是这些品牌成功的共性。这一趋势正在中国市场强化。

商务部新闻发言人高峰说，当前市场出现部分大众化商品销售较好的情况，从一个侧面反映了消费领域的新趋势。“共享经济等新的消费形式，反映了消费者更加理性、推崇绿色环保的消费趋势。”

对细分市场的关注催生更多消费需求——

“再没有一个整齐划一的中国消费群体了。”国际咨询公司麦肯锡发布的《2017中国消费者调查报告》如此判断。报告提出，中国消费市场一个关键趋势是消费者对全球品牌和本土品牌的认知更为细致。

不再“迷信”品牌、购买高价产品，代之以更理性聪明的消费，不盲目为品牌溢价付费、更追求环保，中国消费领域正在发生深刻改变。

近日改版的拼多多APP上，首页正中出现

“品牌馆”栏目，已有网易严选、三只松鼠等多个品牌入驻，折射出这家电商企业品牌升级的战略考量。国家发改委有关负责人日前在接受新华社记者专访时说，拼多多虽然打的是“低价牌”，但其营销模式是网购等消费新业态快速发展的鲜活案例。

传统商品供给侧的新变化，满足着消费者更多样的需求——

广西螺蛳粉、重庆小面、陕西面皮、武汉热干面……福建龙岩张女士今年多次网购方便食品。“不是必需品，但看上去很诱人，价格不高，网购又方便，就忍不住买了。”她说。

这些消费痛点亟待解决

记者调研发现，无论政府部门、生产企业、电商平台或研究者，中国消费领域整体升级的大趋势是共识。但纷繁复杂的个体感受中，消费者的各种痛感也亟待解决。

女儿上小学后，上海市盛先生用于教育类的开支涨了一大截。“外语培训班一个月12节课，费用近3000元。有的家庭一个月校外培训费达万元……”

居民可支配收入增速放缓、资产负债率明

显上升，城乡居民收入差距依然较大，服务领域供给不足，一些领域产品和服务价格上涨，质量和消费环境有待提升……消费领域这些“痛点”，一定程度上对居民消费意愿产生挤出效应。

国家信息中心经济预测部副主任牛犁说，高品质、高附加值的名、精、特商品供给不足，健康、养老、家政、文化、体育、儿童早期教育等服务供给有短板，以及流通环节效率较低、成本较高，信用体系不完善、市场秩序待规范等，是制约居民消费的主要障碍。

“消费升级大趋势中存在诸多矛盾，要用改革的办法尽快化解。”中国（海南）改革发展研究院院长迟福林说，比如降低教育、医疗、养老等成本，加大服务市场开放力度，突破供给严重不足

的矛盾。他提出，要警惕城乡居民杠杆率上升及房租上涨对消费的挑战，加快构建促进房地产市场平稳健康发展的长效机制。

收入是决定消费的根本因素。“高收入人群，国内供给难以有效满足其消费升级需求；中低收入人群，消费升级意愿还不能有效实现。关键是加大力度减税降费，让收入更多向居民部门倾斜，推动收入分配更加合理公平。”中国宏观经济研究院研究员王猛说。

“突破深层次体制机制障碍，保证基本消费经济、实惠、安全，培育中高端消费市场，形成若干发展势头良好、带动力强的消费新增长点。”国家发改委有关负责人说，同时健全质量标准和信用体系，营造安全放心的消费环境。

服务型消费承载新期盼

对中国经济增长贡献超7成的消费，已成为支撑中国经济最重要的力量。

虽然增速略有放缓，但中国消费能力并不弱——

“去年总量已达36.6万亿元，这么大的总盘子，前8个月9.3%的增速并不低。”国家发改委有关负责人说。

国家统计局贸易外经司市场处副处长张敏说，今年1至8月，社会消费品零售总额已超24万亿元，从5月开始连续4个月单月超过3万亿元。

总量增长的同时，消费品质也不断提升。阿里巴巴数据显示，今年二季度核心电商业务收入同比增长61%；改善型、高端品牌类产品需求未减，“618”期间天猫跨境产品中包含奢侈品大牌、潮牌在内的服饰箱包品类增速超过400%。

传统实物消费增长强劲的同时，服务消费也蕴含巨大潜力——

记者了解到，我国社会消费品零售总额主要反映实物消费，不包括教育、医疗、文化、艺术、娱乐等服务性消费支出。

今年以来，我国服务消费继续强劲增长势头。上半年，国内旅游人数超过28亿人次，同比增长11.4%，国内旅游收入超过2.4万亿元，增长12.5%；全国电影市场票房和观影人次分别同比增长17.8%和15.3%；人均体育健身支出同比增长39.3%，人均旅馆住宿支出增长37.8%。

“中国进入消费新时代，消费结构正由物质型消费为主向服务型消费为主转变。”迟福林说。

数据显示，2013年至2016年，全国居民服务型消费支出占比从43.71%提高到45.2%；2017年，我国城乡居民恩格尔系数下降到29.3%，首次低于30%。

尽管个体感受不同，但整体来看，经历深刻变革的中国消费市场承载着人们对美好生活的

愿望。国家统计局数据显示，今年7月，中国消费者信心指数为119.7，比2012年以来均值高12.6点，再次接近120.0的高位。

（参与记者陈炜伟、毛鑫、吴帅帅、龚雯）

强台风“山竹”16日登陆广东，预警升至红色最高级别

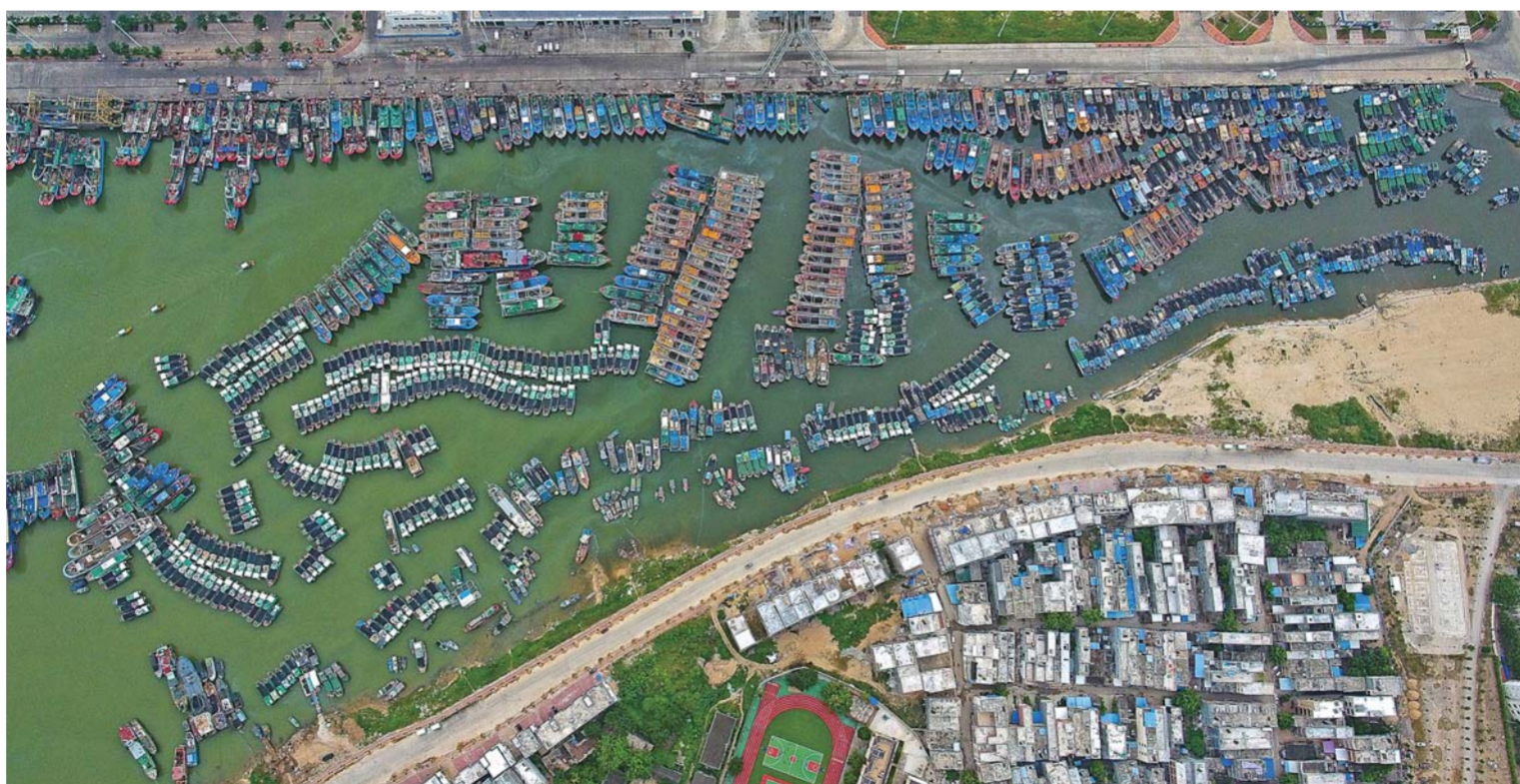
综合新华社电 中央气象台15日18时发布台风预警最高级别——红色预警，强台风“山竹”将于16日下午到晚上在广东珠海到湛江一带沿海登陆（14级-16级），可能成为今年以来登陆我国的最强台风。“山竹”登陆后将向西偏北方向移动，强度逐渐减弱。

大风方面，15日20时至16日20时，南海中北部、台湾海峡、巴士海峡、台湾岛及其沿海、琼州海峡、北部湾东部、福建沿海、广东沿海及广东中南部、珠江口、香港、澳门、海南岛东部和北部沿海将有7级-10级大风，阵风11级-12级。其中，南海北部、广东大部沿海、珠江口、香港、澳门将有11级-13级大风，阵风14级-15级，“山竹”中心经过的附近海面或地区，风力可达14级-16级，阵风17级或17级以上。

降水方面，15日20时至16日20时，广东、香港、澳门、福建东南部、广西东部、海南岛大部、浙江东南部及台湾岛中东部等地有大到暴雨。其中，广东中南部、香港、澳门、台湾岛东部等地的部分地区有大暴雨，局地有特大暴雨。

随着超强台风“山竹”逐渐逼近，海南进入全面防御状态。旅游部门要求关闭景区内所有景区，教育部门要求各地学校视情况随时停课，琼州海峡已全线停航。截至14日16时，海南23694艘渔船已回港避风。

福建省已启动防台风三级应急响应，并组织海上人员撤离。截至15日上午，福建省已转移渔船、渔排上人员51030人，10997艘渔船回港避风。



▲9月14日，大批渔船回到海南省三亚市崖州中心渔港避风（无人机拍摄）。新华社记者杨冠宇摄

新华时评

大师留给我们什么

盛中国、单田芳相继离去，引发人们的追思与怀念。有人评价“大师已去，妙音犹存”，有人感叹“大师言归正传，下回再无分解”。这是对大师风范及大师作品的肯定，更是在互联网碎片化和快餐娱乐的喧嚣中，对经典作品和大师品格发出的渴求和呼唤。

盛中国，阳春白雪，殿堂艺术的巅峰；单田芳，下里巴人，市民艺术之典范。梁祝化蝶而去，人们的思绪仍会伴着乐曲的馨香翩翩起舞；下回再无分解，但一个个故事广博而不浅薄，如绵绵善意，流淌于岁月长河。在他们的艺术生命里，没有一朝成名，也没有一劳永逸，有的只是十年磨一剑的永不止步和精益求精的水滴石穿。大师二字道出了人们的敬重，彰显了刻苦钻研、严谨治学、淡泊名利的卓越品质，及不受环境所扰、不为世俗所动、不被利益所诱的高尚德行。

互联网时代，文化传播速度更快、范围更广。面对“十五秒成名”的“圈粉无数”，有公众哀叹：盛中国、单田芳故去，可供敬仰的大师越来越少了。是的，既然“速成文化”“快餐文化”可以一夜暴富，谁还愿意躬耕艺海、专心致志、持之以恒？“流量经济”大潮下，我们该不该有所坚守，又该如何坚守？这是大师远去的背影留给我们关于艺术的时代之问。

说到时代，大师和他们的作品既属于时代又超越时代。我们的精神高地需要大师作品当标尺，我们的心灵之塔更需要大师品格做支撑。在这个伟大的时代，人们真正需要的是一边叩问世间百态、一边描绘沧海桑田的黄钟大吕来震撼奋进的精神，需要弘扬民族文化的超凡之音烛照我们前行的方向，更需要可供后人咀嚼品味的经典之作来铭刻我们探索的足印。

凡被后世铭记的文艺家，无不是怀着对人民真挚、彻底、持久的爱，在对“为了谁、依靠谁、我是谁”的不断追问中，倾其一生用时光雕刻自己，用生活磨砺自己，成就了艺术，升华了艺德，陶冶了大众。盛中国先生说过，“活活要让别人需要你、尊重你，死后别人能记住你，任何立在外面的碑都是可以打倒的，立在人们心中的碑打不倒。”这个“别人”不是别人，就是人民！为了人民，文艺工作者唯有耐得住寂寞，俯下身去，才能拿出无愧时代的作品。

百花齐放，放的要是“花”；百家争鸣，鸣的应是“家”；“唢呐”出鞘的得是一口宝刀。大师远去，欲知后事如何，须看我辈分解。（记者姜伟超）新华社北京电

“专供中央首长”保健品进价仅13.5元！

江苏摧毁一特大保健品销售诈骗团伙

新华社南京9月15日电（记者朱国亮）将老人哄骗至所谓的“老将军养生基地”旅游，然后带着高科技检查设备，请“权威专家”来检查身体，“诊断”病情，再忽悠老人购买“专供中央首长”的药品补身体。

近期，江苏省常州市天宁区检察院披露了一起特大销售保健品诈骗案。其中，上门嘘寒问暖、免费旅游、免费体检、假扮“权威专家”……各种套路让老人防不胜防，涉案被害人已知多达1500余人。

“警察同志，有个小伙子带我和老伴去免费旅游，忽悠我买了7万多块钱保健品，回来吃了一点效果都没有，我不是被骗了啊？”今年3月，一年过七旬的老人走进常州市天宁区局前街派出所报案。警方历经数月查证，将一个在全

国没有38个销售平台的特大保健品销售诈骗团伙摧毁。

据天宁检察院披露的信息，这是一起典型的保健品销售诈骗案，几乎涵盖了保健品销售的各种套路。据一些受害者介绍，这一诈骗团伙先是发放宣传单，搞所谓的“名中医报告会”，乘机结识老人后，便经常上门嘘寒问暖，有时过节还会拎着礼品上门看望，然后适时邀请老人外出“免费”旅游。

一位家在南京的王姓老人，就被这一团伙忽悠至常州溧阳的天目湖旅游，并在这里一个所谓的“老将军养生基地”，与其他附近地区前来的上百位老人一起联欢、唱歌，宣讲“健康知识”，普及“养生理念”。之后，拥有一堆头衔的“资深医生”“权威专家”开始带着高科技检查设

备登场，为老人们“体检”和“诊断”。王姓老人就被认定患有小脑萎缩、轻度便秘等疾病，需一种名叫“国泰同康”的“专供中央首长”的保健品来补身体。

“不要让等待成为终生遗憾，不要让有能力的预防变为绝望！”“权威专家”的话语极具诱惑力，令不少老人上当受骗。据天宁检察院披露的信息，经核实，今年3月24日至6月21日，这一诈骗团伙仅溧阳一个销售平台，就诈骗了123名被害人212万余元。

更令人震惊的是，这一团伙在实施诈骗之前，往往会通过所在区域的经销商，通过各种途径搜集老人的信息，如身体疾病、经济能力、保健品消费习惯等等，然后有的放矢，体检都是根据老人病情出具相应检测报

告。整个诈骗过程环环相扣，不同平台人员各司其职。

“入职后，公司对我进行了培训，要求我虚构身份和姓名，说自己是‘中国老将军疗养中心’首席专家，毕业于北京中医药大学，其实我们根本没有医生资质。”被抓获后，犯罪嫌疑人李某交代，“销售的保健品进价仅为13.5元/瓶，售价则为385元，每卖出一瓶我可以提成10元。”

今年6月，在江苏省公安厅统一指挥下，警方摧毁了这一特大保健品销售诈骗团伙，抓获涉案人员374人，刑拘321人。近日，常州市天宁区检察院以涉嫌诈骗罪批准逮捕了相关保健品销售公司及溧阳平台的63名嫌疑人。目前，该案正在进一步侦查中。