

消费热潮 同比猛增



一个超市人在长假里的一天

当购物大军在长假里享受消费乐趣的时候，超市营业员更忙了。

在中山东路的一家大型超市，记者见到了35岁的王静。王静是安徽人，这个长假无疑是她一年中最忙碌的日子之一。

昨天早晨7点，打卡换好工作服后，她一路小跑来到卖场。作为日化区的一名导购员，清理货架、接货、上货，工作忙碌且繁琐。8点刚过，王静完成了货品调整和新货上架。

导购员的工作之一就是对所售商品进行整理和补货，包括地堆商品和排面商品；对商品进行标价和价格标签管理；解答顾客的咨询，提供导购服务；保持超市内卫生及商品防损管理等。这些工作说起来简单，可要做好还真不容易。

地堆商品和排面商品对记者来说是两个新鲜的名词，经王静介绍才知道，地堆商品是指陈列于超市主通道的促销商品，而排面商品是指挂在售货架上的商品。

“每天这都是必做的准备工作，好的开始对一天工作的顺利进行很重要。”王静一边整理商品，一边笑着说。

一个上午，王静一直没有休息，到中午11点时，她已经在超市里忙碌了4个小时。此时，她终于可以喝口水，借助午餐

的时间歇一会儿了。

王静说，每逢节假日都是超市人流最多的时候，许多超市工作人员一站就是10多个小时，其中的辛苦不言而喻。

站的时间长了，难免腿会难受，就算体力跟得上，有时候也会因为一些疏忽而惹得一些顾客不愉快。

当自己的付出不能得到顾客的理解时，王静也哭过。但是，她认为，要干好超市导购员，最关键的就是做好服务。

王静记得很清楚，有一次，一位大妈因为不理解会员卡的积分制度而怒气冲冲地质问她。面对愤怒的大妈，她带着笑脸，递上一杯热水，让大妈平复一下激动的情绪，再接着向大妈解释超市的会员积分制度。

“生活就像一面镜子，当你对着它笑时，它也会对着你笑。”王静说，当看到顾客对她微笑时，当她的工作得到肯定时，发自内心的喜悦和自豪让她感到很满足，这也是她辛勤付出的意义所在。

记者 朱锦华 史妮超

新经济之 假日镜像

消费升级 倒逼跨境电商企业转型

这个长假，对80后的张小姐而言，在各大电商平台上“海淘”护肤品、彩妆和一些生活用品等成了她的假日“主旋律”。在她看来，平时没时间逛街，借着假期可以货比三家慢慢淘。

在采访中，记者发现，随着居民生活水平的提高，消费者的消费观念也在转变，不同以往“便宜就好、功能够用”的观念，以80后、90后为主的消费群体已经把目光转向了品质型消费，有效提高生活品质的优质产品更受年轻人青睐。在此背景下，跨境电商企业在遇到发展机遇的同时也面临挑战。

1 消费变得碎片化

“长假期间，我们销售最火的不是尿不湿，而是意大利莱卡滤水壶，每天大概可以卖出去300-500个。”昨天，宁波淘淘羊国际贸易有限公司总经理徐杉告诉记者，这款水壶可以过滤水中的石灰质（即水垢）、各种重金属、农药以及有机污染物等，还能够保留原有的矿物质。

徐杉说，以80后、90后为主体的年轻群体，对价格的敏感性明显下降，他们注重的是产品的品质、安全及其所带来的体验感。“这部分消费者正在从早期高度集中的跨境母婴用品消费，逐渐转向保证个人健康的其他商品，消费越来越碎片化。基于用户的需求，我们在逐步优化调整供应结构。”

作为一名80后，徐小姐说：“现在孩子已经长大了，不需要再购买奶粉和尿不湿，但通过跨境电商买东西已经形成了一种习惯，所以，现在给父母买保健品，家里的很多生活用品，包括狗粮还有我自己的零食等，都是通过这个途径买的。”

但徐小姐表示，随着购买的频次越来越高，目前的海淘方式还是让她觉得有些不太方便，“要是跨境电商能进行‘个人定制’就更好了。”

徐小姐的想法很具有代表性，国内跨境电商平台天猫国际联合第一财经商业数据中心在今年发布的《2016中国进口消费洞察报告》显示，中产消费群体从以80后为代表的“海淘原住民”向以90后、00后为代表的“网购原住民”扩散，并呈现出娱乐化、“二次元”、运动潮等多元进口消费趋势。

2 跨境电商仍面临挑战

“虽然消费升级为跨境电商企业带来了发展的机遇，但是企业也面临新的挑战。”正正电商副总经理包坚军说，随着新消费需求的不断升级，跨境电商企业如果想留住和赢得更多的客户，就需要不断地去解决这些消费痛点，否则就会被抛弃。

另外，显而易见的是，跨境电商的发展仍存变数。按照财政部、海关总署、国家税务总局的要求，去年4月8日起开始实施跨境电子商务零售进口税收政策并调整行邮税政策，该规定的出台意味着跨境电商“免税时代”的终结，很多跨境电商企业的业务曾经历了“断崖式”下跌，直到商务部2016年11月发布延长“4·8新政”过渡期至2017年底的消息后，情况才有所缓解。根据9月20日的消息，新建跨境电商综合试验区将跨境电商监管过渡期政策延长至2018年底。

对此，宁波工程学院管理工程研究所所长杨健向记者表示，过渡期一再延长，说明跨境电商企业的前景依旧充满变数，因为政策不会无限期延长下去，而延迟一旦结束，保税模式的跨境电商将再度面临难题。另一方面，随着跨境电商的红利越来越有限，资本开始对跨境电商持观望态度，很多进口跨境电商小企业的日子不会好过。

杨健认为，经过几轮洗牌后，跨境电商市场格局大致已定。“未来，将会强者恒强，资源会逐渐向巨头企业和部分突围成功的企业聚拢，而没有过硬的供应链渠道、没有建立起壁垒等规模小的企业，将会失去竞争力。这类小企业与其硬撑着，还不如择机退出，或者转向一般贸易。”

记者 王婧