

# 为了实现物美价廉，一定程度降低消费体验感 “升降”之间，消费市场开启“变革路”

深一度  
浙江新闻名专栏

记者 徐展新

当各行各业转型升级成为大势所趋，供给侧结构性改革如火如荼之际，消费领域的“降级”，却意外地成了热门话题。

消费降级，指一定程度上降低效率，降低体验感，降低个性、品味、态度，最大程度实现物美价廉。通俗地讲，就是倾向于买便宜货，避开存在溢价的品牌商品及增值服务。

消费降级是否真的存在？消费者谈论的“降级现象”究竟从何而来？记者从三个颇受关注的消费场景入手，考察新零售背景下商业变革的规律与趋势。

## 消费新选择悄然兴起

正在宁波某大学读大二的小范并不清楚“消费降级”的准确概念，但她常在社交媒体上使用这个词，以吐槽自己的生活状态。“这周又逛了好几次名创优品，买了些化妆品和文具。消费降级嘛，买不起大牌，用得舒坦就好了。”

小范光顾的名创优品，就是引发“消费降级”热议的导火索之一。这家倡导去品牌化、“减轻年轻人购物压力”的零售门店，被视作传统“十元店”的再现。它售卖的商品均未标注品牌，且价格低于市场价。

“这里的香水喷雾、气垫梳、防晕染眼线笔、蒸汽眼贴都是明星产品，用的人多，细节设计也不错，价格全是每件10元，确实划算。”小范告诉记者，她每个月的生活费约2000元，在名创优品的花费不超过400元。“如果全在外面的超市和品牌店买，所花钱至少翻倍。”

26岁的殷雪是一名海归，她已经在宁波打拼多年，正为了车贷和房贷奔波忙碌。她转移压力的办法，就是去进口商品店“血拼”。“既愉悦自己，也尽量减少开支。为了解决这个矛盾，我想到了临期食品。”殷雪说。

所谓临期食品，是指距离保质期几天到几十天的食品。过去，它们是不太引人注意的“边角料”，商家会为了减少库存压力紧急打折销售，如今却成了一门备受关注的生意。

数百元的法国红酒只售40元，原价150元的进口牛奶折价80%，60元买一条的“网红”威化饼干变成了“70元十条随意选”……知名的品牌、巨大的价差，让殷雪心甘情愿掏出了钱包。“第一次接触时，难免会有‘买劣质商品’的羞耻感，也不好意思和亲朋好友说。时间长了就习惯了，只要在保质期内、口感基本没变化，就能兼顾物美和价廉，何乐而不为呢？”

同样面对消费降级，年轻的小范和殷雪坦然接受，做了二十多年品牌珠宝生意的冯女士却心存担忧。“前段时间，首次进入中国的零售品牌Costco生意火爆，传闻



在“去品牌化”门店购物成为消费新选择。（徐展新 摄）

开业半天就因客流量过大暂停营业。我去上海体验了，感觉就是一个搞批发的超级大仓库。”最让冯女士诧异的是，店里销售的奢侈品。“场地庞大、杂乱、喧闹，没有舒适的体验感、优质的服务，奢侈品怎么还能卖得这么好？”

进驻宁波刚满100天的山姆会员店，有着类似的定位，也遭遇了质疑。它的装修风格很“豪放”，但商品种类并不多，还设置了准入门槛，似乎限制了消费者的选择、降低了体验感。

即便有疑虑、有担忧，这些被冠以“降级”之名的消费新选择、消费新场景，已经悄然风靡起来。名创优品在80多个国家、地区开设了3600家门店，临期食品的生意得到了多个互联网龙头企业的关注，Costco在沪开业当天股价上涨，宁波的第二家山姆会员店也进入了筹备阶段。此外，“一人食”简餐、按时计费的“迷你健身房”和“迷你KTV”，远程配送的低价鲜花，都在城市的各个角落“生根发芽”。

## 需求变化“撬动”新市场

对经营者而言，重要的不是“消费降级”这一概念的真假，而是如何挖掘、用好新需求“撬动”的庞大消费市场。

以接受“降级”评价最多的临期食品行业为例。它的兴起和愈演愈烈的食品浪费现象有关，也和人们对高性价比优质食物的需求有关。

在这一领域，进出口贸易繁荣的宁波有着得天独厚的优势。在各大主流电商平台，记者搜到了

swisse、lambertz等标注“临期”字样的海外品牌旗舰店，月销量从几百笔到几千笔不等，不少旗舰店的发货地点标注着“宁波”。此外，还有几家宁波企业在平台上开设了临期零食网店，已积累数万名关注者。

享受了良好的条件，也应肩负起责任。这些商家的身后，有一道不可逾越的红线——食品安全。

对此，社会各界争议不断。理论上，过了保质期的食品只是折损了风味，不一定存在安全问题，不少商家趁机钻规则的漏洞，或篡改日期并声称“临期食品没有规定的销售时限”，或在柜台上标注“不支持无理由退货”“破损不赔偿”等“霸王条款”，从而规避责任。

宁波已经引进不少与名创优品同类型的“去品牌化”零售门店，小红书线下店、网易考拉线下店、淘宝宝心选线下店都在去年入驻宁波，主打北欧设计风格的“NOME”也于近期大量布局。

这些门店销售的商品大多来源于知名品牌的下游代工厂，去除了中间环节，没了品牌，但获得了价格优势。去年10月网易考拉宁波工厂店的开业仪式上，相关负责人曾向记者透露：“我们的下游有很多宁波工厂，希望为它们谋一条发展的新路子。”此外，这些门店背后还聚集了优秀的设计团队，精准满足消费欲望强劲，但消费能力相对有限的年轻消费者的需求。“这些年轻人通过互联网了解到高品质生活的美好图景，名创优品、网易考拉、淘宝宝心选负责提供低成本的表现方式。”一位零售业从业者表示。

市场兴旺了，问题也随之而来。“名创优品和无印良品之间的‘抄袭风波’本就没有公论，现在

又有商家沿用了类似的设计风格、经营理念乃至品牌名称，希望游走在灰色地带，“蹭一蹭热度”。”该从业者告诉记者，如何减少商家互相“抄袭”，以牺牲产品质量和安全的方式吸引眼球、抢夺市场等现象，需要市场监管部门动足脑筋、下足功夫。

## 消费降级背后的“真相”

消费降级究竟是真是假？“生活水平在提升、零售行业在转型，升级才是大势所趋。”市商务局相关负责人态度坚定地给出答案。

从宏观看，宁波在2018年6月制定了宁波市消费升级五年行动计划，提出持续改善消费环境，不断优化商品和服务供给，力争2022年实现社会消费品零售总额约6520亿元，年均增长10%以上。无论是消费渠道的升级，还是消费内容的升级，这份行动计划都作出了明确的部署。

细化到三个典型的消费场景，那些“消费降级”的现象，实则都和当前倡导的消费升级密切相关。

能够成规模销售、流通，乃至形成完整产业链的临期食品，大多是进口的高端食品。它们能大批量进入宁波市场，得益于宁波在扩大中高端商品进口方面的实践和探索——根据行动计划，宁波将积极承接中国国际进口博览会、中国—中东欧国家投资贸易博览会的溢出效应，加快把我市培育成进口商品“世界超市”，着力推动进口商品在品质价格、上市时间、售后服务等方面与发达国家同步接轨。近日召开的市政府常务会议审议通过了《关于建设国际消费城市的若干意

见》，勾勒出宁波零售业的未来图景。

行动计划还提出，发展智慧零售，运用互联网技术预测消费趋势，进而通过商品、业态、体验等多层次的创新来满足用户需求。年轻人心仪的名创优品，一到周末、节假日就人山人海的Costco和山姆会员店，正是零售业与互联网思维融合的缩影。

优秀的品牌往往值得信赖、可以产生溢价，这是企业愿意投入成本打造品牌的驱动力。如今，互联网提供了丰富的渠道、海量的信息，一定程度上冲淡了品牌的重要性，年轻人更在意商品是否有趣、是否有高性价比、是否能创造独一无二的体验。“去品牌化趋势愈演愈烈，或许和经济发展过程中遇到的问题有关，但更重要的原因，是人们的消费渐趋理性，开始追求‘返璞归真’和‘简约自然’。”浙江万里学院副教授杨佐飞表示。

聚集在名创优品的学生和白领们的确希望“少花钱”，但绝非以“买便宜地摊货”为目标；盘算着购买临期食品的消费者的核心需求，是安全可靠的进口商品，其次才是相对低廉的价格；排队购买Costco和山姆会员店会员卡的人们，也作出了自己的选择，希望减少盲目筛选商品的时间，以最快的速度采购到值得信赖的优质商品，以大包装商品满足家庭生活的各方面需求。

“这绝不是简单粗暴的消费降级，而是新的消费主力群体提出了新的消费主张，本质依然是追求高品质、好服务，在此基础上兼顾低价格。升级，始终是商业变革的主旋律。”杨佐飞说。

## “大丰”入选国家文化和科技融合示范基地

近日，在西安举办的全国文化和科技融合工作研讨班上，科技部、中宣部、文化和旅游部等五部门联合公布了第三批国家文化和科技融合示范基地名单，21家单位上榜。其中，浙江大丰实业股份有限公司入选单体类示范基地，为宁波唯一上榜者。

“大丰”是全球领先的文体产业整体集成方案解决商，构建了以文体产业为主导，数艺科技、轨道交通、文化传媒、文旅融合为拓展的产业格局。近年来，公司成功服务于G20杭州峰会、厦门金砖峰会、上海青岛峰会、上海世博会、世界互联网大会等重大会议，“走出去”承接了俄罗斯乌兰乌德剧院、印度古尔冈梦想王国、斯里兰卡国际艺术剧院、非盟国际会议中心等标志性项目。

在文化和科技融合方面，“大丰”走出了一条独特发展之路。公司自主研发的柔性齿条升降装置等几十项核心技术，打破了国际垄断。在雅加达亚运会上，公司主创团队打破艺术与技术的边界，深度融合创意与设计，基于人工智能独创的仿生控制系统，开创了4节机械臂的多轴联动机器人技术，通过3D动画模拟驱动54个轴运行的空间控制曲线，实时呈现“所见即所得”的效果。“大丰”主导并参与制（修）订13项国家和行业标准，累计获得专利800多项，其中发明专利100多项。

浙江大丰实业股份有限公司有关负责人表示，将以此次入选国家示范基地为契机，继续发挥全球领先文体产业整体集成方案解决商的优势，全面参与到文化体验产品的开发与应用中，深度打造文化艺术中心、文化演艺秀、文化主题乐园、文化产业园区、文旅特色小镇等多层次的系列成熟产品，为国家科技与文化创新融合作出更大的贡献。

（俞永均）

## 2019 宁波文化旅游节 海丝奇遇记

## “四海”风情 惊艳宝岛采风团

“宁波与台湾人文相通，但是在旅游资源方面有许多独特之处，比如港口、佛教、儒家文化等，对台湾居民很有吸引力。”这两天，率团参加2019浙台合作周——宁波台湾文旅推广交流会的南投大日月潭观光产业发展协会理事长陈明贤在象山实地采风后对记者说。

今年6月，市文化广电旅游局组织全市重点景区、出入境旅行社负责人等前往高雄、南投、彰化、台中、台北等地参加文化旅游交流大会，宁波的大港、大佛、大儒、大海、大山等人文山水风光给当地居民留下了深刻印象。“作为长期以来宁波最主要的客源市场，要继续把国家和宁波的惠台措施贯彻好、落实好，让台湾居民宁波游享受更多的便利。”市台办副主任陆朝晖说。

在此次推广交流活动中，宁波向来自台湾的24家旅行社重点推介了千年书香·风雅之旅、海丝古港·寻踪之旅、醉美山海·揽胜之旅、人意山光·禅境之旅等四条特色线路，带领大家“寻海丝风情、礼海天佛国、享海湾风情、品海鲜风味”。会上，宁波旅行社协会与南投大日月潭观光产业发展协会签署了战略合作框架协议，国旅宁波分公司与甲种旅行社联谊会签署了客源地合作协议。

（张正伟）



宝岛旅行采风团在石浦考察。（项佰 张正伟 摄）

# 支付变“直接”，事后监管趋严 宁波试点资本项目外汇收入便利化支付

记者 张正伟

在免于提前单的情况下，凭支付命令就可在银行办理资本项目外汇收入支付，实现事前“零单据、零审核”。近日，资本项目外汇收入支付便利化试点在宁波市部分自贸区特殊经济区域以及符合条件的极少数特殊企业享有的政策正式在宁波全市范围内试点。

## 外汇收入支付变“直接”

资本项目外汇资金流入管理包括收入、结汇、支付三个主要环节，近年来，在收入与结汇环节，

国家相继开展了相关便利化改革，而在支付环节仍要求企业向银行提交资本项目账户资金支付命令函，以及对资金使用的真实性材料进行审核等。

“以往给人一种企业赚了外汇却不能自主支配的感觉，而过多的事前审核也直接影响了招商引资的吸引力。”业内相关人士说。

资本项目外汇收入支付便利化试点是国家外汇管理局大力推进跨境投资自由化便利化和持续推进资本项目可兑换改革的最新举措，旨在打通资本项目外汇资金流入管理的“最后一公里”。先前，我市仅有梅山保税港区区内企业和跨国公司

资金池业务企业享受该政策红利，此次国家外汇管理局将宁波的试点范围扩大至全市。此次试点将企业自主使用资金与银行免单同步进行，变企业外汇收入先审核后模式为直接支付模式。

据介绍，此次试点的企业需是注册在宁波的非金融企业（房地产企业、企业融资平台除外），近一年无外汇行政处罚记录（成立不满一年的，自成立之日起无外汇行政处罚记录）；试点银行需开通国家外汇管理局资本项目信息系统，上年度执行外汇管理规定年度考核B类及以上，具有完善的内控制度和风险防范措施。

此次试点的适用范围包括外汇资本金、境内资产变现账户内资金、境内再投资专用账户资金、外币外债资金、境外上市调回资金等资本项目外汇收入，以及结汇后支付使用、从结汇待支付账户内办理对外支付和境内直接付汇（不包括境外直接外汇）的外汇收入。

## 事后监管趋严格

放开事前审批，并不意味着放松事后监管。据宁波外汇管理局相关工作人员介绍，此次试点要求境内机构的资本项目外汇收入及其结

汇所得人民币资金严格用于自身经营以及法律法规允许的资本项下支出，不得直接或间接用于企业经营范围外或国家法律法规禁止的支出；除有明确规定，不得直接或间接用于证券投资或除银行保本型产品之外的投资理财；除有明确规定，不得向非关联企业发放贷款（经营范围内允许的除外）；不得用于建设、购买非自用房地产（房产企业除外）。

此外，相关外汇管理部门将按季度对试点业务进行统计监测，相关银行将按季度对试点业务进行事后随机抽查，国家外汇局还将适时对特定业务开展专项检查。

