



增强居民消费能力 持续释放内需潜力

上海故事

沪上『首店』数量去年达到八百三十五家,估计今年至少还有五百家正在路上

上海『首店经济』持续飘红逻辑：消费创新

■本报记者 徐晶卉

来自上海市商务委的统计数据显示,2018年总共有835家上海“首店”落户;另据估算,今年上海至少还将力促500家品牌“首店”落地。

数量惊人的“首店”,积攒出惊人的“首店经济”能量;消费创新在上海集中爆发,推动着上海商业高质量发展;肥沃的商业土壤持续释放内需潜力,更吸引外资纷纷加码,为经济平稳运行提供强有力的支撑。

用创新呈现与巴黎、纽约、伦敦不同的商业气质

835家“首店”!2018年的这个数字一枝独秀,完胜全国其他城市;纵向对比,2017年上海“首店”数量为226家——去年的数据是上一年的3.7倍。

上海从来都是商业重镇。根据世邦魏理仕的报告,上海国际零售商集聚度已经跃居全球第二,从大量引入新品牌的维度看,本应已见“首店”天花板。但上海为何还能引入源源不断的“首店”,靠的是消费创新:过去一年,各种概念店、旗舰店、融合店在上海集中爆发,中外品牌通过业态创新、模式创新、技术创新,寻找消费升级中的“金钥匙”。

“亚洲首店”星巴克臻选烘焙工坊2017年12月对外营业,如今这家“咖啡店+咖啡工厂”不仅成了游客必经之地,也实现了星巴克的自我突破。2018财年一季度财报显示,星巴克美国门店每周平均销售额约为3.2万美元,而上海烘焙工坊每天销售额约为44万元。

从一定程度上说,“上海首店”为商业世界提供了一个风向标,这里的创新和尝试极可能复制到全国甚至全球,展现与巴黎、纽约、伦敦完全不同的商业气质。市商务委商贸处处长孔福安认为,大量“首店”有效带动了消费业态、模式、技术等全面创新,将帮助上海商业从并跑到领跑,最终建成具有全球影响力的国际消费城市。

肥沃商业土壤吸引外资加码

上海商业持续走强,消费对经济增长的贡献度明显增强。数据显示,去年上海消费市场规模稳居全国城市第一,社会消费品零售总额达到12668.69亿元,同比增长7.9%,商贸业税收2361.1亿元,对全市税收增长贡献率达31.3%。

肥沃的商业土壤持续释放内需潜力,更吸引着外资加码。新年伊始,上海外资零售业频频发力:罗森便利店迎来在中国的第2000家店铺——上海罗森金汇南路店;汉堡王在中国内地的第1000家门店——上海青浦合生新天地餐厅日前开业;沃尔玛上海山姆会员店经过多年蓄势,上海第二店今年也将落户青浦,与此同时,山姆会员店将广布前置仓,深入社区电商。

“首店经济”持续飘红,也是上海商业开放度越来越高的标志。国际知名时尚运动生活品牌Lululemon看中上海的巨大商机,一连开出多家门店,最近又斥资在港汇恒隆广场黄金位置开出亚太区首家F&B体验店,并首次尝试Café&Juice Bar(咖啡果汁吧)。同在港汇恒隆广场,香港高端餐饮龙园馆首次进入内地。负责人、饮食工房董事兼总经理孙莹说,“进军上海,正是看中了这里的庞大市场”。

根据记者的不完全统计,在去年835家“首店”中,有近280个境外“首店”品牌,它们来自30余个国家和地区。其中,美国、日本、法国、英国、意大利等国和我国香港、台湾地区的品牌入沪“首店”数量名列前茅,而瑞典、瑞士、卢森堡、阿联酋、芬兰、匈牙利、斯里兰卡、以色列等外资也都看好这个市场,大批小众品牌纷纷抢滩上海。

发力信息消费打造国际消费城市

全力打响“上海购物”品牌,今年上海商务部门将继续出台一批政策措施,在新消费上“增一块”,在消费回流上“拉一块”,在中高端消费上“强一块”,努力建设具有全球影响力的国际消费城市。

孔福安透露,今年将至少推动500个品牌“首店”落户上海。仅从春节至今,一大批“首店”已经相继来沪“签到”:加拿大国民咖啡品牌Tim Hortons在人民广场开出“中国首店”,还推出了上海定制款;荣耀上海首家高级体验店几天前花落五角场;Supreme Italia上海首店“刚开业,第二家店也跟上了脚步……”

放眼未来,还有大批“首店”在路上,淮海路上的上海新天地广场即将回归,其中三成店铺都是“中国首店”或“上海首店”;即将闭店升级的新世界城,年底将带着全球首家火影忍者室内主题乐园、全球最高室内攀岩等一大批“全球首店”盛装归来。

孔福安透露,今年上海将启动新一轮商业规划,“上海购物”品牌也将在信息消费上发力。除了商场利用新技术构建线上线下一体化购物场景、丰富购物体验之外,市商务委还将整合人口数据、交易结算数据、商业网点地理信息等数据信息,通过大数据分析预测消费热点、消费趋势,让更多“首店”精准落地。

政府工作报告在安排2019年工作任务时提出,要促进形成强大国内市场,持续释放内需潜力,充分发挥消费的基础作用、投资的关键作用,稳定国内有效需求,为经济平稳运行提供有力支撑。报告明确表示,将多措并举促进城乡居民增收,增强消费能力,同时出台促进居民消费政策。

在全国两会现场,“提振国内消费”也是代表、委员关注的热点话题,报告中的金句如“使降费实实在在、消费者明明白白”“加强消费者权益保护,让群众放心消费、便利消费”等被反复提及。大家对于政府工作报告提出的养老托育服务、汽车消费及各种消费新业态新模式有诸多良好预期,也提出了不少意见建议。

在昨天的记者会上,商务部部长钟山指出,去年我国社会消费品零售总额达到38.1万亿元,增长9%,增速虽然回落1.2个百分点,但增

量总额达到3.2万亿元,相当于1998年全年的社会消费品零售总额。

更重要的是,我国消费结构在不断优化,服务消费增长快于商品消费,去年服务消费占比已经提高到49.5%,接近半壁江山;农村消费增长快于城市消费,增速高出1.3个百分点;消费质量进一步提高,个性化、多元化、定制化消费已经成为新的趋势。消费对经济增长的贡献也进一步增大,去年消费对国民经济增长贡献率达到76.2%,继续成为经济增长第一拉动力。社会消费品零售总额增速既符合我国当前发展阶段,也符合高质量发展要求。

关于促进消费,政府工作报告作了许多安排,相关部门也已形成各自方案。比如,商务部将主抓三件事:提升城市消费,促进消费升级;扩大乡村消费,推动“农产品进城、工业品下乡”;发展服务消费,优化服务供给。



“首店”入驻不仅提升了“上海购物”品牌集聚度,更伴随着全新的体验和创新。图为陆家嘴中心L+Mall商场一层的艺术展吸引了众多游客。本报记者 徐晶卉摄

记者观察

代表委员就养老服务业发展提出不少有益思考

释放养老消费潜力,必先增强老年人群支付能力

■本报特派记者 钱蓓

今年政府工作报告首次把养老服务放到“持续释放内需潜力,推动消费稳定增长”任务项下,传递出“支持社会力量增加非基本公共服务供给”的强劲信号。从养老服务业角度看,这是前所未有的变化。

事实上,近期国家已经多次释放鼓励“养老消费”的信号,去年9月中共中央、国务院下发《关于完善促进消费体制机制进一步激发居民消费潜力的若干意见》,把“健康养老家政消费”列入亟待提振的七大类消费领域之一;今年2月,国家发展改革委等18个部门发布《加大力度推动社会领域公共服务补短板强弱项提质量 促进形成强大国内市场的行动方案》,其中包括全面放开养老服务市场的安排。

关注2.5亿老龄人口养老需求的代表、委员,就中国养老服务业发展提出了不少有益思考,一种比较有代表性的声音认为,优质养老产品和养老服务供给要以支付体系建设为前提,只有增强老年人群的支付能力,才能持续释放内需潜力。

30张床位,“压床”半年以上的有8张

全国政协委员徐凤芹曾为那些“压床老人”伤透脑筋。她是中国中医科学院老年医学研究所所长、中国中医科学院西苑医院副院长,先后在重症监护病房和老年二科任职,“我刚转到老年二科时,发现科室的医护人员跟病人都特

支付端牵引着养老服务市场的供给链条。唯有确保老年人群的支付能力得到提高,全面开放养老服务市场的决心才有意义,才可能唤起市场主体“多渠道增加优质产品和服务供给”的积极性和创造性

养老金第一支柱独大,商业养老险发展不足

养老资金从哪里来,这是“多层次养老保障体系”要回答的核心问题。政府工作报告明确,今年继续提高退休人员基本养老金,这意味着自2005年起中国养老金实现了“十五连涨”。

“养老金的三大支柱,第一支柱是基本养老金,第二支柱是企业年金和职业年金,第三支柱是个人储蓄型养老保险和商业养老保险。现在第一支柱独大,占比超80%。”全国人大代表、中国太平洋保险(集团)股份有限公司战略研究中心副主任周燕芳说,政府工作报告谈到了基本养老金储备面临的矛盾——既要减轻企业缴费负担,又要保障职工待遇不变、养老金合理增长并按时足额发放,同时今年还将下调城镇职工基本养老保险单位缴费比例,“这种情况下,尤其应该发挥第二、第三支柱的补充功能。”

“第二支柱的参与者主要是国有企业和政府事业单位,去年底总数约8万家,占全国企业法人单位比例不超过1%。第二支柱在操作中难以突破覆盖面小、参保人数少的困境。提升我国养老金保障能力的最大空间在于发展第三支柱,社会力量大有用武之地。”她认为,国家有必要对三大支柱的构成作更明确的规划,合理划分三者比例,并鼓励个人商业养老保险发展。

广受关注的个人税收递延型养老保险试点在上海、福建、厦门和苏州工业园区开展已近一年,周燕芳坦言其试点效果低于预期。到去年底,个税养老险累计实现保费约7000万元,承保件数约4万件。

所谓个人税收递延型养老保险,是指投保人在税前列支保费,到领取保

金时再缴纳税款,按规定,届时其中25%部分免税,75%部分按10%比例税率缴纳个人所得税。“也就是说,个人领取税延养老保险金时的实际缴纳税率为7.5%,这个优惠只对当期个人所得税适用税率20%以上的人群有意义,这类人群对应的实际应发工资要在2万元左右。”周燕芳建议调整政策,“将领取期75%部分的领取金额适用税率从10%调整为3%,对于重疾、身故或全残的情况直接免缴个人所得税;同时,将每月扣除标准从1000元提高至5000元。”

打破社会力量参与养老服务的隐形门槛

支付端牵引着养老服务市场的供给链条。唯有确保老年人群的支付能力得到提高,全面开放养老服务市场的决心才有意义,才可能唤起市场主体“多渠道增加优质产品和服务供给”的积极性和创造性。

中国老龄人群如此庞大,“银发经济”的“起飞”已被市场观望呼唤多年。但是,不少前期“入场”的市场主体都经历了外界所不能理解的挫折,其中尤以民营资本最为典型。

全国政协委员、月星集团董事局主席丁佐宏以开办养老机构为例谈道,“除了政策不配套、扶持力度不够等问题,养老机构开办难的根源在于民营机构与公办机构没有获得一视同仁的对待,这会挫伤社会资本进入的积极性。”

因此,政府工作报告关于“加快破除民间资本进入堵点”的表态,得到市场主体的高度认同。报告强调“优化民营经济发展环境”的决心,同样适用于养老服务领域——要坚持“两个毫不动摇”,鼓励、支持、引导非公有制经济发展。报告今年第一次采用“竞争中性原则”一词,强调平等对待各类所有制企业,“在要素获取、准入许可、经营运行、政府采购和招投标等方面,对各类所有制企业平等对待。”

这些改变将如何影响中国老人的晚年生活,值得拭目以待。

(本报北京3月9日专电)