

买马桶盖已经OUT了,感冒药牙刷统统带回家

——中国游客海外“爆买清单”里的供给侧

□新华社“新华视点”记者 杨毅沉 王琳琳

猴年春节,600万出境过年的中国游客“刷出”境外消费900亿元人民币的新纪录。如果还“爆买”动辄数万元的奢侈品、上千元的智能马桶盖、电饭煲等高端耐用品,那就OUT了。“新华视点”记者采访发现,这个春节,儿童感冒药、卫生巾、丝袜、安全套、指甲钳、保温杯、电动牙刷、钢笔等一大批低价日用品纷纷登上“热卖品榜单”。

不是国内稀有、不是高科技含量、不是高档国际名牌,中国游客为什么千里迢迢抢购这些商品?

抢购场面堪比春运,质优价廉日用品消费成“尖货”

“免税店里挤得水泄不通,感觉到了韩国购物就跟不要钱似的。”“大阪阿倍野HARUKAS近铁本店,好多中国游客疯抢化妆品和情人节巧克力。”“夏威夷免税店和大商店堪比国内春运火车站,密密麻麻都是人,取货处排队排到没脾气。”……

汇总境外游客“抢购清单”,记者发现,春节期间各国高居榜单前列的商品如下:日本——冈本安全套、花王卫生巾、SUWADA指甲钳、Thermos保温杯以及感冒糖浆、龙角散等各类药品;韩国——红(吕)染烫修护洗发水、贵爱娘中草药姨妈巾、袋装方便面、蜂蜜黄油杏仁;美国——倩碧、贝玲妃等美国本土知名化妆品,健安喜、普丽普莱等保健品,以及A&F、Tommy、CK等服装;欧洲——凌美钢笔、双立人、博克锈钢刀、飞利浦电动牙刷、马卡龙钥匙扣等。

据日本一家免税店工作人员介绍,2015年,海淘热销产品集中在电饭煲、智能马桶盖、空气净化器、高端耐用商品,而新年伊始,电动剃须刀、保温瓶、美颜器、化妆品、食品、药品等相对平民化的商品销量出现暴涨。

以日本为例,高岛屋大坂店创出免税品销售额同比增至2.6倍的纪录。该店相关负责人告诉记者,过去,一个中国游客能购买五六个高档电饭锅、两三个马桶盖,卖到断货也是常有的。但今年春节,明显拉动销售的是护肤品、彩妆、安全套、卫生巾、保温杯等低价日用消费品。

此外,赴韩国旅游的中国“剁手党”们也开始将目光瞄准质优、价廉的日用消费品。在首尔担任兼职导游的梨花女子大学留学生王楠告诉记者,除化妆品、护肤品、洗发液等快消日用品依然抢手外,零食、文具也逐渐成为“尖货”。“袋装方便面和蜂蜜黄油杏仁是最近赴韩中国游客必买‘伴手礼’。在韩国超市,经常能碰到游客向销售员出示艺人在综艺节目里

吃海鲜方便面的手机截图,询问商品位置。”王楠说。

三大法宝:质量、价格、诚信

事实上,去年以来,人民币出现贬值,在日本、美国等地购物“性价比”有所下降。但即便如此,中国游客的购物热情丝毫没有减弱,他们看中的是什么?

——质量。唯品会高级副总裁唐倚智日前表示,国人“海淘”集中在化妆品、服饰、箱包、药品等日用品上,根本原因是“中国制造”的质量没有达到消费者预期。

一位资深驴友在自由行服务平台蚂蜂窝上分享道:“15年前,亲戚从日本带回一个指甲刀,至今依旧是家里最好用的一把。同样是100克左右的钢铁生产出来的产品,日本的保守估计能创造20年的使用价值,而国产的却等不到2年就成了待回收的废品。”

有品位的包装设计也“俘获”了很多消费者。在日本东京“松本清药妆店”一次入手20盒感冒药的上海妈妈何静告诉记者,对比日本感冒药与国产感冒药,二者在成分原料上差别并不大,但“日本感冒药的口感明显好很多,且有专门针对小孩的十几种不同口味,包装精致、设计也非常可爱,哄孩子吃药省力多了。”

人福医药集团股份有限公司董事长王学海坦言,“中国消费者到日本买感冒药是中国制药企业的耻辱”。事实上,很多日本药的原材料都是从中国进口,但国民仍赶到日本“抢药”,这说明在产品品质、附加值、消费体验方面,中国药企还有很大差距。

——价格。在美国工作近7年的上海人梁慧,每年都要往返美国与国内三四次,但每次回国她依然还是一如既往地携带大包小包。梁慧说:“我在美国带回来的基本都是价廉物美的日用品。一条质地手感都很好的浴巾,在美国沃尔玛标价折合人民币只要40元,赶上打折,只要25元就能买下来。我比较过,中国商场里品质还没这么好的浴巾起码要70多元。还有,整整一打牙膏,美国只要12元,而国内一支就要9块钱。”

——诚信。上海白领王帆每年都会飞往韩国“狂扫”面膜和气垫BB霜。她说:“不是国内没有好面膜,而是知名品牌假货太多。同样是丽得姿的针剂面膜,即便是国内专柜的出货也会偶尔引发过敏。但自己从韩国带回来的正品却从未有类似症状的出现。打飞的囤货主要为了买得放心。”

让消费者“回流”除了减税更需供给侧改革

上海社科院社会学研究所研究员卢汉龙表示,从

海外“爆买清单”,我们看到的是被压抑的消费需求,以及消费者对国货的信心不足。

一位浙江玩具出口商人说,即便同是“中国制造”,产品质量也可能相差迥异,因为大多数出口商品的检验标准都比国内严格。“例如,儿童用蜡笔出口的产品虽然可能不如国内商店卖的颜色那么靓丽,但是材料无毒,孩子不小心吃下去也不会有问题。但国内产品则大多加了各种添加剂,颜色漂亮但安全性不足。”

专家认为,让消费者“回流”国内市场,需要从供给侧方面下功夫。

一方面,国内产能过剩但有效供给不足,难以应对正在升级的消费市场。例如,与日、德文具遭“疯抢”形成鲜明对比的是,目前,我国普通文具依然产能过剩、积压严重。尽管部分文具行业领先企业开始将制造优势与创意价值进行整合,但在制造技术、工艺设计、产品开发等方面与国外产品依然有不小的差距。

另一方面,高企的国内价格也抑制了消费者的购买欲。上海一家专门做家庭轻纺织品出口的企业负责人说:“外贸生意只是单纯的商业契约行为,行政成本低,一笔一笔清清楚楚,好做很多。相比之下,国内零售环节复杂,除了税之外还包括渠道、房租等运营成本及厂家追求的毛利率等。重重关卡之下,价格自然降不下来。”

财富品质研究院院长周婷认为,加强消费领域供给侧改革,应提升品质监管和技术水平,同时尽可能减免企业税费,降低终端售价。

浙江省义乌市圣诞用品行业协会秘书长陈金林表示,传统的“中国制造”不能再仅仅依靠低廉的价格取胜,而需要转向重视知识产权、创新设计和品牌建设。例如,海关数据显示,我国圣诞订单年出口额已多年超过70亿美元,成为世界最大的圣诞用品制造地。但风光的数据背后,仿冒与同质化倾向严重,品牌缺乏竞争力。“一件出口报价2美元的圣诞服饰,到了美国亚马逊却要买20多美元,没有品牌就没有议价能力。”

“中国游客海外‘购物清单’透露出消费者追求更高生活品质的要求,凸显供给侧改革的迫切性和‘路线图’。”交通银行研究中心高级宏观研究员刘学智表示。



随着春节假期的结束,全国铁路迎来返程客流高峰。在亿万人大迁徙的背后,一群从事动车组检修工作的年轻人始终没能和家人团聚,他们守着动车度过了一个又一个不眠夜。

凌晨1点,武汉动车段武汉动车组运用所的检修库内灯火通明。夜色中,一列和谐号动车组在执行完白天的春运任务后隆隆驶入。今年春运,京广高铁、汉宜铁路等线路的动车组在此检修,武汉动车组运用所夜间检修任务量达到60多组,较去年同期增长20%。

80多名平均年龄不到27岁的小伙子共同承担了这项任务。

借着手电筒的光,“90”后地勤机械师苏文征开始探测动车组车底的每一处

细节。“转向架踏面、齿轮箱、轴箱,底板上的所有螺丝等等我都要看。”苏文征一边介绍一边在一个角落画上标记,“更换零部件的时候必须注明哪一天,哪一位,哪一侧。”

“不能出现一点儿差错”

——“动车保姆”的春运不眠夜

从头看到尾,苏文征一晚上要从八九列动车组的车底下经过,走过的路程超过10公里。他说:“最大的挑战就是这份工作必须在夜间进行,人比较容易犯困,所以我们必须格外仔细。我们这个行业跟医

生是一样的,都需要特别细心,不能出现一点儿差错。”

动车组标准列共有8节车厢,一般需要4到5名机械师同时展开检修作业。除了像苏文征这样在车底检修的地勤机械

师外,在车顶、车内还分别有其他人员对列车进行全方位的“体检”。

检修四班副工长刘舒告诉记者,一列动车组有上万个零部件,机械师们必须保证每个部件都看到,必须确认每个部件都

没有问题。“检修工作的内容的确是不断的重复,但我们要持之以恒,每一次必须保持像第一次那样的热情,像第一次那样的精力,才能确保列车的安全运行。”

检修完毕的动车组停靠在户外的存车场。春运期间,武汉夜间温度常常接近甚至低于零摄氏度,动车组供水管路可能会被冻裂。在长约600米、宽200米的存车场上,随车机械师廖文轩不停地在80余条铁轨间穿梭,为每列动车组实施保温作业,可他自己却常常被冻得没知觉。

从晚上7点到第二天早上8点,苏文征和他的小伙伴们仍在继续工作。他们不睡觉,也不回家,他们说,这是为了让更多的人安全回家。

(新华社武汉2月15日电)