

女性消费者购买力显著上升

“她经济”:拥有说不的权利



“她”是谁?

“她”是市场概念中的女性消费者。人们早在 2007 年就意识到了她们在经济中占据的重要地位。这一年,教育部公布了 171 个汉语新词,“她经济”就是其中之一。近日,多个研究显示,这个群体的购买力显著上升,再次引发了社会的关注。

有售房平台调研了北京、深圳、上海、杭州等 12 个城市的二手房交易数据之后发现,单身女性购房者比例逐年增加。2018 年,女性购房者比例整体达到近 7 年来的最高值 46.7%,即将追平男性。

波士顿咨询于 2018 年发布的《中国奢侈品市场消费者数字行为报告》显示,新一代奢侈品消费的主力军,有 71% 是女性。

今年 20 岁的华妮安(化名)就是其中之一。她喜欢买包,热爱旅行,钟爱贵妇护肤品。最贵的包超过 4 万元,和她去欧洲自由行一趟的花费相近。

华妮安上学早,同龄人还在读大学,她已经名校毕业进入职场。现在,她每个月大概花七八千元。尽管消费不低,但她自信不是会被消费裹挟的人。

事实上,女性就业不仅给自己“买买买”提供支撑,也对其他产业的发展起到重要作用。在一项波士顿咨询对世界上三分之一国家进行的分析中发现,决定一个国家电商规模的八大变量中排名第二的,就是职业女性的数量。职业女性数量增加会导致对便利性需求的增加,并加强了网购的价值主张。

今年的全国两会上,河南省妇联主席部秀菊代表在谈到促消费、扩内需时也强调,女性消费者在消费升级、拉动内需的过程中将成为一支重要力量。“女性消费者平均网购总花费从 2013 年的 3830 元增加到 2017 年的 13254 元。2017 年‘她经济’市场规模达到了 3.6 万亿元,比 2014 年增长了 12%,预计今年将达到 4.5 万亿元。”

越来越多女性意识到,赚钱能力和消费能力不仅让自己过上想要的生活,更能让自己获得应有的尊重。

施鸿彬今年读大三。最近,她刚在长沙租了一间 50 平方米的房子,交了 12000 元的租金。这些钱都是她自己攒下的。事实上,施鸿彬家庭条件不错。比她大 12 岁的哥哥工作多年,有了一定的积蓄。这让从小就被教育“钱决定言语的分量”的她,很早就通过不同的兼职,试着养活自己。

在她看来,化妆品、包、衣服是必要的消费,也占据了日常支出的大部分;作为一个饕客,她的饮食也不能将就;她喜欢去不同的地方看看,但接受不了穷游,“旅游就是放松,放松就是要自己舒服”。

而对于平日里和朋友的一些娱乐,比如看电影、泡吧、唱 K 等,她认为是不必要的支

出,能省就省。她平时去做兼职也会选择公共交通工具,“哪怕起得再晚,地铁再挤也不会打车去”。

这样的消费观念让她和家人产生过分歧。父母节约惯了,觉得她花钱大手大脚。而接触到职场中经济独立的女性后,她觉得,能花钱没什么错,只要是自己赚的,开心就好。

“刚上大一时向妈妈要生活费,妈妈说‘你现在用的,以后都要还’。”施鸿彬对这句话印象特别深刻,印象中,父母没有和哥哥说过类似的话。这让她更加意识到女性消费能力与地位的直接关系。施鸿彬计划,毕业后就从家里彻底搬出去。她也正在自己攒钱买房买车,不要家里一分钱。

由中国妇女杂志社等开展的《2017 年中国城市女性及家庭消费状况调查年度报告》显示,97.6% 的被调查女性及家庭有文化娱乐方面的支出。同时,女性出游度假常态化,89.4% 的女性外出旅游,旅游度假首次成为女性个人最大开支之一,平均支出约为 19500 元;女性个人最大开支是旅游度假,首次和连续 12 次调查位居第一的服装服饰并列第一。

胡航敏是一位爱旅行的 70 后妈妈。只要孩子和家人有假期,她就会安排出行。有条件的地方,在不同的地方待十天半个月,感受当地的风土人情、习俗文化。这是她钟爱的精神消费。

这样的消费观念和上一代人有过不少分歧。从参加工作以来,长辈就常常觉得她是在乱花钱。这让她早早地感受到金钱的重要性。

胡航敏注意到了女性购买力上升的有关消息。她认为,女性独立消费能力的上升是时代进步的标志。她身边的女性朋友往往在买房上起决策作用,出大头甚至付全部首付也十分常见。她说,由于她陪伴孩子时间更多,在孩子教育培训、买玩具等方面也承担了更多的支出。这对于她们来说,是平常的事。

胡航敏很少购买奢侈品,也对豪车没有兴趣。她直言,女性消费者有时候容易冲动消费,在能力范围内就买,买了之后常常后悔。

但她对被认为“能花钱”的行为也表达了理解。“我觉得能花钱也无可厚非,因为能赚才能花,在自己能力范围内追求极致、享受生活是值得的。”“有时候钱只是一方面。精神方面的消费,说玄乎点,是有说‘不’的权利。”胡航敏说。

华妮安听过女性应该被人照顾的理论,这也是女性被同“买买买”等划上等号的褒义说法。但伸手找男朋友、老公要钱,并非她认为最好的生活方式。

“谁都有需要照顾的时候,不分性别,但是需要被照顾的时候毕竟是短期,我不想因为这一点点的便利牺牲长久的快乐。自由,安全,舒适,三者最多选其二。”华妮安说。

(据《中国青年报》)

减税大餐端上桌 算算你能省下多少钱

4 月 1 日起,我国 2019 年近 2 万亿元减税降费的主力——降低增值税税率,正式“入场”,预计增值税改革将为企业减负超过 1 万亿,制造业成为受益最为明显的行业。普通老百姓已经享受到了降税的好处,国内油价已经下调,宝马、奔驰、奥迪等豪车公布降价政策,苹果产品也全线降价,消费者购买口红、尿不湿、安全座椅等商品也更省钱了。

跨境消费者最先受益

苹果手机最高降 500 元

4 月 1 日,包括苹果官网、苹果天猫官方旗舰店、苹果零售店同步调整了产品价格,其中苹果手机 iPhone 的整体降幅达到 500 元。有关人士表示,苹果此次降价是为响应中国的增值税减税政策。

4 月 1 日起增值税改革落地,下调增值税率,其中原适用的 16% 税率调整为 13%。以此计算,随着政策落地,苹果单品最高降价幅度达 8%。以新品 Air Pods 配无线充电盒版本为例,降价前的价格是 1599 元,降价后为 1558 元,降价约 2.6%;去年秋季发布的 iPhone XS 64GB 版本降价 500 元,降幅约为 5.7%。

降低增值税税率作为一项“普惠性”的政策,跨境消费者成为本次大幅减税政策最直接、最迅速的受益者。“跨境零售进口是让消费者第一时间享受终端零售价格降低的行业,对于消费者来说,这是真金白银的优惠,是看得见摸得着的政策红利。”天猫进出口事业部公共事务总经理王浩洋表示,4 月 1 日零点后,消费者在天猫国际成交的每一笔跨境订单,都将享受减税带来的实惠。数码产品、化妆品、奢侈品等均成为重要受益者,以天猫国际平台上一款售价为 2000 元的进口安全座椅为例,按原先 11.2% 的税率计算,跨境增值税是 224 元;按下降后 9.1% 的税率计算,跨境增值税为 182 元,可以省去 42 元。

依据 2019 年 1 月 1 日正式施行的跨境新政,年度交易限值为每人每年 26000 元,降税后,每人每年最多可节省 546 元税费。

进口豪车已降价

众多实惠普及消费者

中金公司的研报认为,减税降费直接受益的领域主要来

自上游和制造业行业。汽车、地产、医药是减税规模最大的行业。煤炭、食品饮料、电力是减税提振净利润率幅度最高的行业。食品饮料、医疗保健、家电、零售、餐饮旅游等方面受益于减税降费对行业的直接贡献,另一方面也受益于企业盈利改善、居民可支配收入提升。通过对 A 股上市公司所属行业的估算可知,石油石化、汽车、煤炭等行业减税规模位居前列,受益较大。

降低增值税的消息公布后,众多行业已经开始行动,公布了降价政策。

国内成品油增值税率由 16% 降低至 13%。3 月 29 日,国家发改委发布成品油价格下调通知,自今年 3 月 31 日 24 时起,国内汽、柴油最高零售价格每吨分别降低 225 元和 200 元。

3 月 31 日,中国铁路总公司也表示,4 月 1 日起将同步对国铁运输的整车、零担、集装箱等货物运价相应进行下浮,取消翻卸车作业服务费等 6 项杂费,降低货车延期占用费等 4 项收费,主动将减税降费效应传递给下游企业,预计每年可向货主和企业让利约 60 亿元。

面对国家制造业税率下调的普惠政策,汽车产业中反应最快也最大的,当属豪华品牌。3 月 15 日,北京梅赛德斯-奔驰销售服务有限公司宣布,由于 4 月 1 日我国增值税税率下调政策将正式实施,提前下调梅赛德斯-奔驰及 smart 在售车型的厂商建议零售价,于 3 月 16 日正式生效,梅赛德斯-AMG 车型最高降幅达 6.4 万元,梅赛德斯-迈巴赫车型最高降幅为 6 万元,梅赛德斯-奔驰车型最高降幅 4 万元。

3 月 16 日,宝马方面称,即日起,下调在中国销售的汽车产品的厂家建议零售价,包括宝马在华生产的国产车型,如 BMW 3 系、BMW 5 系、BMW X3 以及 BMW X5、BMW 7 系等进口车型。其中降幅最大的为 BMW M760Li xDrive,降幅达 6 万元。

3 月 19 日,奥迪官方下调全系在售车型官方指导价,涵盖奥迪品牌全系在售车型,最大降幅达 55000 元。此次价格调整包括奥迪在华生产的全系车型。

(据《钱江晚报》)