



夯实消费“压舱石”

中信银行杭州分行 为扩内需促消费注入动能

本报记者 谭晓锋

日前,张女士通过中信银行“全球签”如愿拿到了赴欧的旅游签证,并且领到了1000元签证权益券,能直接抵扣办理签证的费用。

随着出行消费的快速复苏,出境游成为越来越多的家庭在即将到来的暑期里选择的出游方式。中信银行APP也全新上线“出国金融25周年”专区,助力跨境金融,促进出行消费。

为夯实消费“压舱石”,银行金融机构多措并举,助力企业加快数字化转型,精准浇灌消费行业。

创新金融服务 助力消费升级

2023是出国旅游、出国留学的强势复苏之年。数据显示,在出境游方面,中国游客出境游整体订单同比增长640%;境外消费方面,线下交易相比2019年增速迅猛;留学市场也在复苏中,2022-2023申请季留学申请人数暴增63%。

中信银行持续擦亮“要出国,找中信”这一金字招牌,中信银行APP全新上线“出国金融25周年”专区,围绕签证办理、出国留学、跨境消费等业务场景打造重磅活动。

今年,不少居民有了旅游计划,中信银行杭州分行提供可随借随还的线上化信用贷款,额度最高达30万元,支持消费者每月还息,到期还本,减轻还款压力。截至3月末,中信银行杭州分行已累计发放个人消费类贷款近80亿元,以暖心服务大力支持居民消费。

同时,为满足人民群众对美好生活的需要,该行积极加快生态场景建设,围绕车、房、线上等消费场景加大贷款投放。

以“车”为例,中信银行杭州分行联合合作汽车经销商,组织开展团购、促销优惠利率、客户试驾赠礼、购车好贷遇等一系列活动,火力全开点燃购车消费热潮。

“为助力扩大内需和消费升级,中信银行杭州分行创新金融服务,从消费信用贷款及购车贷款等多维度打出创新产品‘组合拳’,满足广大人民群众的消费需求。”中信银行杭州分行相关负责人表示。

运用金融科技 解决金融新需求

浙江是民营经济大省,民营经济是浙江发展的金名片。中信银行杭州分行运用金融科技,加强对基于数字技术和互联网线上消费新业态、新模式的融资及结算服务,解决相关企业和个人金融新需求。

中信银行杭州分行利用大数据增信,为普惠型小微企业量身定制线上化、纯信用、可循环的流动资金贷款;依托核心企业推出信e链、信e销、资产池、信e仓等供应链产品,满足供应链上下游企业信贷资金需求;创新服务中小企业的实体贷产品,增加中

小企业获得感。

同时,该行发挥中信集团“金融+实业”“商行+投行”“境内+境外”业务协同优势,通过结构化融资、股权激励计划等创新融资方式,为多家企业提供股权融资、红筹股上市等资本市场业务咨询和支持。

如为浙江省盐业公司提供传统授信支持的同时,还积极推动集团产业子公司中信泰富大昌行与该公司签订合作协议,通过线上销售、线下推广等方式为盐业公司搭建销售渠道,积极推动其在行业内的健康快速发展。

据了解,截至3月末,中信银行杭州分行已通过综合授信、结构化融资、资本市场业务配套融资等方式,为浙江零售、批发行业2800余家企业提供表内外贷款余额超过647亿元,为扩内需、促消费注入强劲动能。



行业复苏明显,头部品牌发力 国货美妆618提前开“卷”

本报讯 从本周五开始,随着超头主播5.26“美妆节”的开启,今年618美妆界的战火也就正式点燃了。

今年以来,复苏是国内美妆行业的主线。与此同时,从上海美博会到近期618的种种宣传,都能看到各大国货品牌新品不断,为的都是在这场复苏战役中拓展自己的“疆土”。

而从电商数据、一季度上市公司的经营数据来看,美妆行业在逐步走出2022年整体下滑的困局,出现了企稳回升,特别是头部公司表现更为明显。

国货美妆扎堆上新品 618大PK提前开始

上海中国美容博览会(CBE)作为国内美妆流行趋势的“晴雨表”,今年共吸引了来自超3200个国内外品牌参展,有国际美妆集团,也有以上海家化、珀莱雅、毛戈平、花西子、华熙生物、福瑞达等为代表的国货美妆集团,这场美妆界盛会让更多业内人士感受到了久违的人气。

据了解,国货美妆品牌都派出了豪华阵容,如珀莱雅公司携旗下珀莱雅、彩棠、Off&Relax、悦芙媞、科瑞肤、INSBAHA(原色波塔)等多品牌亮相,上海家化也携旗下品牌典萃、高夫、六神等共同参展。在展会现场,不少国货品牌成为了选品热门。不过,更让业内人士眼前一亮的是,各大品牌还带来了自己的科技新成果和年度新品,科技赋能为行业带来了

一股清新感。据不完全统计,本次博览会有近60000件美妆新品同台展示。

其实,近两个月来,各大国货品牌都在积极推出新品。天猫数据也显示,在618前夕天猫美妆、个护等迎来新品爆发,不少品牌经典系列都推出了“升级版”。其中,天猫超头主播5.26“美妆节”是各大品牌争夺流量的一个竞技场。从机构调研的情况来看,今年超头主播5.26“美妆节”国货头部品牌参与力度加大。以珀莱雅为例,主打品牌珀莱雅共11款明星产品参与5.26美妆节,而去年仅有5款产品参与,双十一时也只有8款;贝泰妮旗下薇诺娜有7款明星产品参与5.26美妆节,去年是4款。

品牌折扣力度方面,通过分析对比,天风证券行业分析师齐章明认为有所加大,其中珀莱雅、夸迪、米蓓尔多款的力度为近期最大。海外品牌整体折扣力度也加大,OLAY小白瓶/小白瓶面膜、雅诗兰黛小棕瓶/明星三件套、兰蔻持妆粉底液等多款明星单品折扣,力度都大于去年的618和双11。

行业复苏是主线 头部公司领跑明显

日前,珀莱雅发布公告,今年4月,公司各品牌销售势头向好,实现稳定增长。

万联证券对4月国内美妆电商数据跟踪显示,4月化妆品线上销售呈现弱复苏态势,淘系平台增速由负转正。除珀莱雅之外,上海家化旗下各品牌、毛

戈平旗下毛戈平和至爱终生、水羊股份旗下大水滴、丸美股份旗下丸美和恋火等也都取得了正增长。上海家化改善明显,佰草集品牌4月淘系销售重回正增长,而华熙生物、福瑞达、逸仙电商等旗下品牌成交额同比下滑。

万联证券化妆品行业分析师陈雯表示,在颜值时代下,美妆需求从“可选”变“必选”,美妆消费群体扩大、人均消费额提升与消费升级仍是行业快速增长的重要驱动力,看好美妆今年的复苏。

虽然国际大牌雅诗兰黛今年一季度继续呈现两位数下滑,公司也下调了全财年业绩预期(预计全年净销售额下降10%至12%),但A股上市公司一季报显示,国货美妆品牌出现了企稳回升的态势,其中,头部公司复苏的步伐明显快于行业平均水平。

如珀莱雅和贝泰妮在2022年各自创下公司史上最好业绩后,今年一季度继续保持了增长势头。单纯从年度数据上看,其实国货美妆品牌中珀莱雅已经成为了领跑者。

西南证券化妆品行业分析师龚梦泓表示,国内化妆品行业的市场空间仍然广阔,国货品牌在市场敏锐度、新成分注册获批、新产品推出节奏等方面表现出越来越强的竞争优势,在消费复苏及国货替代大趋势下,本土化妆品有望重回高增轨道。

业内人士认为,今年淘宝天猫预计投入力度为历史上最大,京东618也是全行业投入力度最大的一次618。在大促催化之下,化妆品行业景气度有望改善,头部企业有望强者恒强。本报记者 刘芃信