

“单身经济”催生新消费

单身,还仅仅意味着“一人吃饱,全家不饿”吗?春节相亲潮、催婚潮的背后,是中国日益增多的单身群体。数据显示,2017年全国成年单身人群已达2.22亿人,占到总人口15%。其中,近半单身人群集中在20岁~29岁,一部分是由于经济原因被迫单身,另一部分则是选择主动单身。而庞大的单身人士则带动了新的消费态势——单身经济。

刮起了“Mini风”

一份来自天猫榜单的“小报告”显示,过去10年,从快消品、家电、家居,到美妆护肤,人们的日用品在集体变小、功能更细分:迷你微波炉销量增970%、迷你洗衣机销量增630%、一人份火锅销量增200%……

不知从何时开始,不管是家电、住宅,还是快消品、化妆品、餐饮市场,都刮起了“Mini风”,瞄准“单身经济”,大力推出为单身人群量身定做的新品。市面上的产品套餐也由原来的“第二份半价”“多人同行一人免单”,到如今随处可见的单人套餐、自助唱吧和形形色色的“单身必备”“单身之选”的迷你商品。这些变化,正折射“单身经济”的崛起。

由于单身群体的独居状态,使得互联网、AI快速发展,不想做饭,还可以静候外卖小哥送餐上门,甚至寂寞时还能跟AI机器人聊天。而在消费增速放缓的今天,与单身消费相关的个性化、小众化和精致化的消费,成为不断涌现的新消费业态。

有媒体这样给单身群体“画像”:收入水平上,除了在一线城市新一代消费者月收入在1万~2万元区间内占比较高之外,伴随城市等级的降低,3000~6000元月收入的占比越来越高,月入6000~8000元以上可能是1985~1995年单身年轻人更为确切的收入情况;家庭环境上,属于中国第一代和第二代独生子女,父母基本为上世纪60~70年代出生,目前基本上都处在在职状态,无瞻

养老人的压力。自己挣钱自己花,部分父母每月甚至还能提供资金支持;消费观念上,资产价格高企,“与其攒钱买房,不如及时行乐”成为很多单身群体“口头禅”。个人决策会体现出更多的情绪化与感性化,对价格的敏感程度也会降低,更注重产品品质和安全,追求舒适、便利的购物环境,敢消费甚至超前消费成为群体“标签”。

“单身群体是拉动消费升级的主力大军,这个趋势将会持续很长一段时间。”有观点认为,越来越多的新业态出现和快速发展也凸显出单身人士作为消费新势力的崛起,未来单身群体带动的消费体量将会进一步增加,单身人群也将越来越多地成为商家发力的重点。

“悦己”消费下的“月光族”

不可否认,单身一族为拉动内需贡献了不少力量,但可喜却也可忧。在国金消费研究中心调研的一线城市单身青年中,一线城市有43%单身青年是月光族,新一线城市有40%单身青年是月光族,三四五线城市月光单身青年则超过了67%。

不难发现,随着城市等级向下,月收入降低,“月光族”比例反而大幅提升。对于大多数单身一族来说,品质取代价格正成为消费的首选因素。打着“对自己好”的名义追求消费自由,正成为不少单身一族的消费日常。

目前就职于北京市一家培训机构的小刘尽管每月都要“算账”,但经常“入不敷出”。

“没办法,网上的东西点点手指就买了,太方便了,而且可供选择的太多了,也导致常常过度消费。”小刘说,参加工作已有5年的时间,但是目前仍未有存款,三张总额度约5万元的信用卡已透支过半。每月一万多元的工资除了支付房租、倒腾信用卡账单外,基本处于“月月光”的状态。

但这种生活状态对于小刘来说似乎并无压力,影响不了日常

消费的心情,其每月养宠物、品牌化妆品和朋友消遣聚会的花销仍然必不可少。

事实上,正是像小刘这样的单身青年在城市里越来越多,正在不断推进单身经济的崛起。

据媒体公开报道,京、沪、深等16个具有代表性城市单身人口中,不经考虑就购买奢侈品的占28.6%,31.6%的人每月最大的开销是自我娱乐或社交消费。

国金消费研究中心认为,作为单身群体,由于没有家庭负担,在消费过程中完全以自我为核心,消费动机基本都以自我需求为导向,“悦己型消费”的应运而生形成超大消费力度的同时,也正催生一大批“月光族”。

有专家也指出,“单身经济”走热,原因在于随着未来进入老龄化社会,年轻人群体慢慢变少,生活的压力和他们的价值观发生了很大的变化。一方面是家庭观念在淡化,面对当前高房价、高彩礼、高成本的家庭负担,许多年轻人害怕婚后承担过多的家庭责任,进而陷入无法预测的生活压力之中,宁可享受单身生活的快乐,注重自身生活的质量,让自己生活得更舒服。另一方面,既然是单身生活就需要与单身生活相匹配的衣食住行用,如共享单车、迷你电器、一人餐饮等。

潜在的经济新风口

“三成单身者每月最大开销来自娱乐聚会”“健身+宠物成更多单身者‘标配’”……中国互联网、大数据技术的发展,令电商们敏锐地捕捉着中国“单身经济”每一点需求变革。尤其是随着构建大数据平台的兴起,如今大量电商平台和研究机构都在利用大数据算法帮助商家解锁单身经济需求,孵化出越来越小、越发细分的商品。

在国金证券消费升级与娱乐研究中心此次研究报告中,就基于调研结果将1985~1995年出生的未婚人群定义为研究对象,研究提炼出单身经济趋势之下的未

来大消费行业投资机会。

报告认为,便利店和外卖将成为未来购物的主要场景;具备关键意见领袖属性的社交媒体将成为品牌和商家流量的重要来源;“好看皮囊+有趣灵魂”的认知,将推动旅游、化妆品、小家电、宠物和职教等行业的高景气发展;同时,电竞、二次元和长短视频则将成为精神消费的重要组成部分。

另一方面,单身人群对陪伴的渴求会进一步利好宠物行业。线下朋友聚会场景相关的种种消费品也极有可能持续受益,比如餐饮、桌游等。

而如果将庞大的单身群体加以细分,便可发现不同类别的人士,其偏好也会有所差别。因此,商家可以以此为参考,有针对性地提供更个性化的商品和服务。举例说明,单身消费者普遍青睐电影电视剧、旅行、运动健身。分性别来看,单身男性对健身、科技和音乐的兴趣浓厚;单身女性则更偏好护肤、时尚潮流和健身等领域;中老年单身人士的婚恋、交友、理财等服务匮乏,目前多属于自发组织,且缺乏活动场地,这些都是潜在的盈利点。

种种迹象表明,单身人群规模的扩张仍有较大提升空间,消费潜力尚未充分挖掘,其中蕴含巨大消费机遇。对于商家来说,在当前的消费升级大环境下,洞悉这一群体的消费偏好与趋势,有助于在单身经济市场中抢占先机。但在一些专家看来,“单身经济”不仅仅是一个经济问题,长期看并不是国家长远发展的“正能量”。

因此,尽管单身群体拥有更强的购买力和更强的消费意愿,成为娱乐、餐饮、教育等商家热捧的“单身贵族”,但有专家对崛起的单身经济也有担忧,认为“单身经济”背后,折射了“单身困境”。如果年轻人不婚恋成为潮流,那么更长远看,会产生人口、家庭结构和人际关系等一系列其它社会问题。

全国首套房贷款利率连降两月后或将继续下行



春节期间楼市的低迷并没有出乎人们的预期,这或将成为房地产市场今年的缩影。随着房地产调控逐渐深入和长效机制建设不断推进,整体看,稳定将是房地产市场的主基调。

从全国首套房贷款利率看,去年12月份,全国首套房贷款利率为5.68%,相当于基准利率1.159倍,环比11月份下降0.53%,这是23个月以来全国首套房贷款利率的首次下降。今年1月份,全国首套房贷款利率环比再度下降,而全国二套房贷款平均利率则连续3个月下降。

融360最新出炉的监测数据显示,今年1月份,全国首套房贷款平均利率为5.66%,环比上月下降0.35%,为连续两个月回落。而同比去年1月份的首套房贷款平均利率5.43%,上升4.24%。预计受银行流动性利好影响,后期房贷利率有望继续下行,具体调整时间以及幅度因城市实际情况而异,总体而言未来刚需在购房贷款成本上将会有所下降。

报告显示,在全国35个城市533家银行中,首套房贷款利率走低或持平的银行数量占比逾9成,其中,有34家银行贷款利率回调,占比6.38%;有479家银行贷款利率较上月持平,占比89.87%。

19家主要银行中,首套房贷款平均利率最低为基准的1.097倍、最高为基准的1.222倍;工、农、中、建国有四大行首套房贷款平均利率为基准利率上浮14.9%,较上期数值下降0.7个百分点(上期数值为15.6%)。

一线城市首套房贷款平均利率仅北京下调2BP,二线城市则大面积回调。1月份,北上广深首套房贷款平均利率在5.09%至5.57%之间,北京首套房贷款平均利率为5.43%,较上月回落2BP,上海、广州、深圳首套房贷款平均利率分别为5.09%、

5.55%、5.57%,均较上月持平。

与此同时,全国二套房贷款利率也呈现下降趋势。1月份,全国二套房贷款平均利率为6.02%,较上月回落2BP,已连续3个月出现回落。在35个城市533家银行分(支)行中,二套房贷款利率执行基准到基准上浮10%区间的占比为6.00%;执行基准上浮10%以上的占比为89.87%,二套房停贷占比为4.13%,出现下降。

中央经济工作会议指出,2019年货币政策依旧保持稳健。1月4日,央行宣布下调金融机构存款准备金率1个百分点,其中1月15日和1月25日分别下调0.5个百分点。此次全面降准约释放资金1.5万亿元,加上即将开展的定向中期借贷便利操作和普惠金融定向降准动态考核所释放的资金(约释放5000亿元),考虑到今年一季度到期的中期借贷便利不再续作(约有1.2万亿元到期),净释放长期资金约8000亿元。银行在资金充裕程度上以及流动性上出现明显好转,进而对房贷利率的下行起到支撑作用。

融360大数据研究院分析师李唯一认为,从目前市场资金情况以及央行的定向调整政策来看,未来银行的资金将会保持良好的流动性。预计受银行流动性利好影响,后期房贷利率有望继续下行,具体调整时间以及幅度因城市实际情况而异,总体而言未来刚需在购房贷款成本上将会有所下降。

报告分析认为,未来房屋居住权将不再只能通过购买获取,住房租赁市场的加速发展将对房产交易市场格局产生较大冲击,炒房行为将得到有效遏制,房价以及租金也将会趋于市场合理水平,互联网技术的加入将有利于对租赁市场的监督,当住房租赁市场不断规范和完善后,刚需利好将会得到更多呈现。

2月份主要金融数据缘何有所放缓?

人民银行日前公布的数据显示,2月份人民币贷款增加8858亿元,社会融资规模增量为7030亿元,均较1月份有所放缓,引起市场关注。对此,人民银行相关部门负责人表示,这主要是春节因素导致的季节性波动,前两个月货币信贷和社会融资规模合理增长,总体适度。

1月份我国人民币贷款增加3.23万亿元,创单月历史新高。但刚发布的2月金融统计数据报告显示,这一数据降至8858亿元。与此同时,社会融资规模增量也从1月份的4.64万亿元,降至7030亿元。

人民银行相关部门负责人表示,2月份主要金融数据较1月份有所放缓属于正常情况,符合历史规律。由于我国春节假期不固定,比较特殊,金融数据受春节季节性因素的影响较大,应当把1、2月份甚至是一季度的数据统筹观察。

数据显示,前两个月贷款新增4.11万亿元,同比多增3748亿元;前两个月社会融资规模增量累计为5.31万亿元,比上年同期多1.05万亿元。

专家认为,将1、2月份数据合并起来看,前两个月货币信贷和社会融资规模保持了合理增长,继续对实体经济提供较强支持。

“从结构上看,前两个月票据累计新增6855亿元,同比多增7283亿元,远高于过去3年同期均值;票据已成为新增贷款中的重要力量。”中国民生银行首席研究员温彬表示,非金融企业及其他团体贷款新增3.41万亿元,占比82.95%,比去年同期提升15.4个百分点,反映信贷对实体经济的支持力度持续增强。

人民银行相关部门负责人

认为,观察货币信贷数据宜将考察周期拉长一些。在一个时点上,不能只看一个点,要看数据的加权平均值;在一段时间序列上,也不能只看一个点,要看数据的移动平均值。

“2月社会融资规模存量同比增长10.1%,增速仍保持在两位数以上。”温彬认为,2月社会融资增量虽同比有所下降,但因春节效应,有必要将前两个月作为整体进行分析。从结构上看,表内信贷投放较强和债券等直接融资回暖是社会融资保持平稳的重要支撑,表外融资降幅收窄也对社会融资增速回升有所助力。

数据显示,2月末,对实体经济发放的人民币贷款余额139万亿元,同比增长13.3%,同比多增较多;企业债券余额为20.5万亿元,同比增长10.7%,增速与1月持平,仍为2017年4月以来的最高水平。2月份委托贷款减少699亿元,较1月份的降幅持续收窄。

“前两个月社会融资规模增速出现回升,主要是宏观调控加大逆周期调节力度、货币政策传导出现边际改善的影响。”人民银行相关部门负责人介绍,2月末,社会融资规模增速为10.1%,比上年末提高0.3个百分点,M2增速为8%,与上年末基本持平。总体看,货币和社会融资规模增速与名义GDP增速是基本匹配的。

人民银行表示,下一阶段,将继续实施稳健的货币政策,加强逆周期调节,把握好调控的度,保持流动性合理充裕,促进货币信贷和社会融资规模合理增长,同时继续引导优化信贷结构,更好地服务实体经济,推动高质量发展。

3000点一线或有调整需求



3000点原地打转还是继续进攻

近期市场如果用一个词来形容的话,那就是火爆,一方面压抑许久的做多热情找到了“火山口”,另一方面也让一些业绩惨淡的券商开户人员找到了回家路。然而,在大盘攀升至3000点整数关口之际,将是原地打转还是继续进攻?这是摆在所有投资者面前的两难选择。

笔者认为指数短期上行空间已经有限,可能会再发动一次冲顶,但力度预计不会太强烈。原因在于两个方面:一是看外资,无论上证50指数,还是沪深300指数,作为A股市场中流砥柱,已经提前于大盘指数率先回落。这一定程度说明部分早期布局的外资,现已变身为获利回吐者,虽然外资手里的筹码不足总市值3%,二级市场不会因此而变盘,但这代表了一类群体对当前股市态度。从另一个侧面恒生AH股溢价指数也能看出,当估值抬升后外资可以通过配置港股来做替代。二看内资,中小板指迭创新高,创业板指更是强者恒强,虽然从深交所公布数据上来看,上述两大板块整体估

值已经分别突破30倍和40倍,但右侧趋势性追涨资金根本不予理会。近期广东证监局针对场外配资召开座谈会,这虽然只是一个信号,高风险偏好者依然可以我行我素,但势必会有所收敛。综上所述,在指数表现上,无为的概率就此上升。

当然,板块和个股的机会相信还能延续一段时间。沪深两市万亿级交投活跃度,只要没有拔掉“气门芯”,那就不存在枯燥乏味的交易四小时。原因同样在于两个方面:一是不看业绩炒个股,前期东方通信连续涨停赚足了眼球,但基本将其定义为非主流,毕竟200倍市盈率让无数看客尽折腰。无独有偶,以养猪为主的牧原股份同样以200倍市盈率,让主流机构投资者热血沸腾纷纷为其叫好买单。俗话说萝卜青菜各有所爱,这是由每个人的择股观不同所造成,但近期在主流机构中,也开始蔓延看不懂就是买入理由,这给市场传递出不少差异化机会;二是新概念层出不穷,上周还在和朋友们一起补习边缘计算,本周

已经开始流行泛在电力物联网,岷江水电三个月涨三倍,国电南瑞悄无声息连跳两级,一个接着一个新元素,恍惚之间主板里的新概念比未来科创板还丰富,原本熟悉的传统名字一瞬间打上了新标签,价格立马翻上几倍。这对于一批热衷于二级市场的推手来说,简直就是驾轻就熟,以至于每周,甚至每天都可以玩出新花样。因此,在结构性机会上,继续有为的概率仍将保持。

有人把玻璃窗擦得雪亮,有人则将其故意刮花,这或许就是浑水里好摸鱼的注释。返璞归真,二级市场里往往只有主线才能带来收益的硬道理,概念、主题、资金推动,这些玩法在历史上演绎过多次,但最终结局都是一地鸡毛。可以明确的是,今年最大机会就在于科创板,围绕科创板做文章才是抓牢牛鼻子。第一轮焦点放在券商等服务机构,第二轮挖掘控股/参股企业,相信未来的第三轮,有可能会定格在分拆上市这个标尺上。这样一来,那就不仅仅只是投资收益,更是对企业价值的重新评估。