

# 疫情反弹对世界经济可持续复苏带来三大冲击

文/新华社记者 徐 超

美国约翰斯·霍普金斯大学4日发布的统计数据 displays,全球累计新冠确诊病例超过2亿例。疫情在不少地区显著反弹,给世界经济复苏前景带来更大不确定性。分析人士认为,疫情对消费信心、供应链的冲击,以及对地区增长失衡的放大效应,正成为世界经济实现可持续复苏的主要障碍。

首先,疫情令消费信心转向悲观,从需求侧制约复苏动力。

在欧洲,消费者开支更趋谨慎,不少消费者担心疫情持续时间长于预期,因此改变消费态度。民意调查机构益普索集团7月公布的调查显示,40%的英国消费者不愿到国外度假,超四成不愿参加大型公共聚会。国际货币基金组织(IMF)最新预测显示,

英国经济要到2022年初才能恢复到疫情前水平。

杰富瑞集团欧洲经济学家马谢尔·亚历山德罗维奇认为,人们已习惯在家办公,对消费支出也越来越谨慎。

在疫情严重的印度,自6月初政府放松防控举措以来,主要依靠国内消费推动的印度经济并未快速反弹。由于疫情肆虐,居民实际收入和收入预期均下降,严重制约经济复苏。专家提醒,印度可能迎来新一波疫情,这一预期进一步挫伤民众消费意愿。

在澳大利亚,各州为防范变异新冠病毒出台的管控措施正严重影响航空和旅游等行业。澳国库部长弗赖登伯格表示,预计该国经济第三季度出现负增长,第四季度经济表现

将取决于疫情防控进展。

其次,疫情令供应瓶颈更加凸显,从供给侧拖累复苏张力。

市场研究机构埃信华迈公司全球经济事务主管莎拉·约翰逊认为,全球已经面临芯片短缺等供应问题,而变异新冠病毒促使不少制造业国家重新出台严格防疫措施,可能加剧产能紧张乃至供应链危机。

IMF数据显示,发达经济体近40%的人口已完成新冠疫苗接种,新兴经济体约11%的人口完成接种。在全球重要制造业基地东南亚地区,疫苗接种比例更低。

本月4日,印度尼西亚累计新冠死亡病例突破10万例,成为继印度后第二个累计新冠死亡病例超10万例的亚洲国家。约翰逊

认为,印尼、泰国、越南、马来西亚等国的生产活动正受到新一轮疫情制约。

在美国,劳动力供应不足已成为不少企业经营的主要难题之一。一些企业表示,变异新冠病毒可能令已经接种疫苗的员工不愿重回岗位,加剧劳动力短缺。最新数据显示,7月美国私营部门就业人数环比增加33万,远低于市场普遍预期的65万。劳动力短缺正阻碍更强劲的复苏。

第三,疫情令增长失衡预期加深,导致全球复苏进程乏力。

IMF7月发布《世界经济展望报告》更新内容,将2021年全球经济增长预期维持在6%不变,但警告新冠疫苗获取能力差异令各经济体复苏步伐进一步分化。其中,发达经济体增长

预期上调0.5个百分点至5.6%,新兴市场和发展中经济体增长预期下调0.4个百分点至6.3%。

拉美和加勒比地区是新兴市场中为数不多被IMF上调今年增长预期的地区。不过,联合国拉丁美洲和加勒比经济委员会在一份报告中指出,该地区经济复苏难以抵消疫情带来的负面影响,疫苗接种缓慢给地区经济发展带来不确定性。

根据世界旅游组织7月发布的数据,今年前5个月,全球国际游客人数较疫情前同期的5.4亿人次下降85%,亚太地区入境游客人数降幅高达95%,比去年同期数据还要糟糕。

穆迪投资者服务公司分析师戴维·罗多维奇表示,亚太地区部分经济体面临

多元化程度低、财政状况疲弱、疫苗接种率低等多重困难,受疫情冲击尤其严重。

一些分析人士认为,当前世界经济紧密相连,增长预期相对乐观的发达经济体难以在复苏失衡中独善其身。如果一些发展中经济体增长前景因疫情挑战而陷入困境,全球产业链的供应短缺和成本压力可能加剧,并通过通胀等渠道对发达经济体货币政策构成干扰。

IMF首席经济学家吉塔·戈皮纳特警告,变异新冠病毒持续传播可能令世界经济复苏“脱轨”,或将导致全球经济产出到2025年累计损失约4.5万亿美元。国际社会应通过合作确保更便捷地获取疫苗,并使新冠病例得到快速诊断和治疗,这样才能消除复苏分化、助力全球增长。

## 奶茶行业“风”很大 这盘“九死一生”的生意不好做

奈雪的茶拟上市、中邮广汽要开奶茶店……从排队三小时买奶茶,到秋天的第一杯奶茶,再到奶茶凭一己之力带火油柑这一潮汕地区小众水果,新式茶饮似乎天生自带“热搜体质”“网红属性”。今年6月,奶茶界更是热闹非凡,奈雪的茶于6月30日在香港交易所主板挂牌上市,成新式茶饮第一股,茶颜悦色回头做起了冲泡型产品,中邮、广汽等与奶茶完全无关的行业巨头也要开奶茶店……奶茶的“风”确实很大,但奶茶的生意好做吗?

### 行业内同质化严重 行业外跨界最爱

根据艾媒调研显示,2019年全国奶茶店新增23000家,倒闭了26000家,90%的奶茶店几乎赚不到钱,开店后能活过一年的不足两成,可谓“九死一生”;而活下来的店铺,也没有想象中的高利润。定位中高端如奈雪的茶,单杯均价近33元,招股书显示从2018年~2020年,同店利润率分别为24.9%、25.3%、13.5%,不断下滑。定位中低端如蜜雪冰城,均价七八元,其加盟商接受媒体采访时表示,利润率从2018前的30%跌至现在的14%。

新式茶饮行业竞争激烈,与其进入门槛较低、生产技术含量低、产品配方容易模仿有很大关系。即使在更有产品创新实力的头部企业间,产品的同质化程度也较高。

早在2018年,奈雪创始人彭心已在朋友圈指责喜茶创始人聂云宸“抄完奈雪的芝士草莓,又抄霸气蜜桃,抄霸气黑提,又抄霸气石榴,再来抄软欧包……我都替你没意思了”。时至今日,奈雪和喜茶两大头部新式茶饮还在“缠斗”,这边奈雪推出油柑饮品强调回甘,那边喜茶上新油柑饮品强调刮油;这边喜茶与阿华田跨界,那边奈雪与钟薛高联名……消费者闭眼喝,谁能分清究竟谁抄袭了谁?

对于同质化问题,奈雪在招股书中也声明,“我们在竞争激烈且发展迅速的中国市场中经营业务并面临激烈的竞争。我们的产品并非专有产品,且我们无法阻止竞争对手复制我们的产品配方。”

因为容易模仿,其他行业跨界奶茶店已不是新鲜事。早在2017年,中粮便开出“雪宜茶声”品牌及茶生活体验馆。近日,中国邮政入股的公司进军茶饮行业,开了“邮氧的茶”。天眼查APP显示,广汽埃安新能源汽车有



限公司申请注册“北鼻奶茶”“埃安有茶”“AION TEA”商标,国际分类涉及啤酒饮料、食品、酒等。

### 发展定位不同 却自相矛盾或翻车连连

新式茶饮行业竞争激烈,为摆脱同质化影响,各品牌靠门店设计、产品边界到文化营销等各自努力出圈。

奈雪的茶一度宣称聚焦社交场景,模仿星巴克打造“第三空间”,其创始人在今年1月接受媒体专访称“奈雪的茶坚持做大店”,其标准店大约为180~300平方米,奈雪梦工厂更是超过1000平方米,囊括茶饮、咖啡、酒吧、西餐、文创等15条产品线共1000多种新品。相比喜茶标准

店约150平方米,喜茶GO店40~70平方米,奈雪的茶“第三空间”特色凸显。

但如今“大店”的路子似乎要被抛弃,据招股书披露,公司集资所得约70%用于未来3年扩张网络,在2021年及2022年拟分别开设约300间及350间奈雪的茶门店。奈雪的茶董事长兼首席执行官赵林表示,奈雪PRO茶饮店面积较小,且无须配备排烟系统,开店选址更灵活。2021年预计新增超过300家PRO店,目标为超600家线下门店中含有80%的PRO店。

只是,不再坚持“第三空间”大店路线,失去了现场烘焙的软欧包,奈雪和喜茶及其他常见的茶饮、咖啡门店还有多大区分度?

另一热搜常客茶颜悦

色没有在一线城市开设固定门店,却被北上广深的消费者在社交平台上热捧。靠着承诺“一杯鲜茶无限久求偿”,推出“集卡点免费赠杯”“雨天指定饮品第二杯半价”等活动出圈,在包装、门店、LOGO上突出传统文化的美学价值,茶颜悦色品牌逐渐受到认可。但其“捡篓子”的方言俗语、打低俗擦边球的宣传营销也屡屡翻车,引起很多女性消费者不适,对品牌不无影响。近日,茶颜悦色推出新品冲泡型奶茶,能否“突围”还有待市场检验。

### 行业标准缺乏共识 食安问题频发

尽管新式茶饮产品相似,但行业上并无统一的生产标准。行业标准的完善和较低的准入门槛使得各品牌的生产流程不统一,生产标准参差不齐,食品安全、生产卫生问题频出,部分新式茶饮门店甚至使用过期原料。

近日,南京雨花台市场监管局责令多家奶茶店整改,和常见的食安问题无关,而是发现其辖区内奶茶店家扔掉了碎掉的冰淇淋蛋筒,涉嫌违反4月29日开始实施的反食品浪

费法。除了破碎的蛋筒,久放糊化的珍珠,不新鲜的茶汤、奶茶或面包被倒掉,如果有关部门进行监督,许多门店可能也难以过关。从食安问题到浪费问题的监管,也是新式茶饮门店受到重点关注、严格监管的缩影。

应对监管的高标准严要求,奶茶行业亟须标准化。一个月前,奈雪的茶牵头制定的首个新式茶饮行业产品标准——《茶类饮料系列团体标准》。据悉,该标准制定是由奈雪的茶牵头,中国农业科学院茶叶研究所、中华全国供销合作总社杭州茶叶研究院、浙江大学茶叶研究所、福建省标准化研究院、福州大学食品科学技术研究所、福建省产品质量检验研究院、国家加工食品质量监督检验中心(福州)等单位的十余位专家学者共同完成,包括理化指标、微生物限量、污染物限量、真菌毒素限量、食品添加剂等要求。

随后,喜茶方面也表示,计划将联合中国连锁经营协会(CCF)新茶饮委员会共同制定新式现制茶饮的团体标准。两大头部茶饮企业争相参与发布行业标准,新式茶饮行业的标准化恐怕还需时日。

(据《新快报》)