



# 读懂人口普查的两个数据



## 财说道

5月11日,第七次全国人口普查数据出炉。透过各种繁杂的数据,个人觉得两个趋势应该是晋江企业或者产业应该关心的。

第一个趋势是一老一幼占总人口比重进一步增加。

第七次全国人口普查数据显示,我国60岁及以上人口为26402万人,占18.70%(其中,65岁及以上人口为19064万人,占13.50%);0-14岁人口占比17.95%,相比第六次全国人口普查占比上上涨。

两端增长,意味着按照年龄来分的老幼两个市场在未来依然拥有极大的潜力。就在数据发布当日,A股的养老和二孩概念股纷纷上涨,5月11日收盘养老概念股整体上涨0.95%、二孩概念股整体上涨0.78%。

资本市场的嗅觉的确敏锐。今年4月,有研报指出:未来5-10年,新中国成立后的第二代“婴儿潮”即将步入老年,这部分人群的消费水平较高,消费理念相对较开放,对晚年生活的品质性和享受性的要求更高。并且,敬老爱老是中国的传统美德,大多数的中老年人也经常为老年人采购老年用品。

本土制造业端的反馈也印证了这一趋势,成人纸尿裤入局者增多是最典型的表现。近两年来特别是在过去一年中,越来越多的纸尿裤生产企业加码投入成人纸尿裤市场,某纸尿裤生产线制造商透露,该公司一年来订单的增长主要集中在成人纸尿裤生产线上。

应该抓住这波趋势的,不能只有成人纸尿裤商。事实上,包括鞋服、休闲食品,都不应该坐看机会的流失。从目前国内市场来看,老年人市场还缺乏相对强势的领军企业,基本上呈现出是群雄割据的态势,谁能够从中脱颖而出,尚属未知数。

相比较60岁以上人口比重的增加,0-14岁人口占比相比第六次人口普查占比的上涨或许更值得业界关注。

从数量上来说,尽管0-14岁人口占比与60岁以上人口占比相差不算太多,但从消费潜力上而言,这部分人群所能爆发出的消费体量,却大得惊人。甚至在未来十年间,这部分人群将会成为消费的主力军。

这是有迹可循的。以日本为例,国内学者对日本世代消费进行研究,结果表明,“年轻世代”是引领日本“经济低迷期”消费趋势的主力,塑造了其更加注重简约化、高性价比的“低欲望”消费习惯。日本在2000年左右,以优衣库、大创及无印良品等为代表的新一代消费品龙头企业的崛起,正是顺应了这一消费习惯变化的产物。

而从国内来说,“95后”甚至“00后”出生的年代,正好是通讯信息技术高速发展的时代,全球化、信息化带来的多元文化的冲击深刻影响了其价值观,使其更加依赖线上便捷式的多元消费。这种变化驱动了抖音、快手及B站等线上视频社交零售、互动平台的快速发展;在消费文化观念上,中国宏观经济高速增长的成长背景,驱使新世代人群有更强的民族自信、文化自信。其强大的文化自信也带动了“新潮国货”的崛起。

从产品线的角度来看,本土鞋服企业抓住了这个风口。在过去的一年多内,“国潮”受到本土鞋服品牌共同的青睐。他们通过在设计上加大中国文化元素的比重,向市场消费者输出了一大批叫好又叫座的产品。而晋江,也因此在去年天猫联合第一财经商业数据中心CBNDdata发起的《2020新国货之城》调查中,位列2020新国货之城排名第九,成为前十中唯一县级市。可以预见,在未来几年中,这个概

念将会被本土企业进一步强化。

如果第一个趋势意味着机会,那么第二个趋势对于制造业来说,则是不能忽视的隐忧,那就是适龄劳动力资源的减少。

有学者曾经做过这样的计算:1961年出生的代代人今年都要退休了,在未来十年,有约2.7亿人口(1962-1971年生人)年满60岁,达到退休年龄,退出劳动力市场,平均下来每年减少2700万。而新增劳动力人口,如果以当前大学22岁毕业算,即2000年以后出生人口,平均每年约1500万,每年净减少劳动力达到了1200万。

在适龄劳动力减少的同时,年轻一代进生产车间的意愿也越来越低。随着社会以及经济的发展,人们获取信息的途径越来越简单,而如今年轻一代的“90后”“00后”基本都是在生活条件较好的情况下成长的,此外他们也是和互联网一起成长起来的一代人。他们的就业观与他们的父辈是完全不同的。为了赚取微薄的收入,在流水线上站十多个小时应该是“90后”“00后”无法做到的。

与此同时,以互联网为驱动的电子商务、快递、外卖行业的快速发展,这些新兴行业的员工数量也在不断增加,年轻一代的就业者也有了不去工厂的“机会”。也就是,宁愿送快递外卖,也不愿在工厂工作。

制造业劳动力资源的减少,已经在现实上给企业带来了压力。在今年开春的招工季中,“招工难”成为晋江企业普遍反映的问题:哪怕一线生产车间员工的福利年年都在上涨,但招工难度还是一年比一年大。这也倒逼企业不得不选择对生产环节进行自动化智能化改造,力求提高效率、减少用工。

庆幸的是,不管是主动或者被动,晋江的制造业企业已经走在了这条路上,进行一系列探索:设备持续升级、材料更新迭代、工艺日益完善、产品推陈出新……从短期来看,企业的投入会因此增加许多;但算长远账,在日后他们或许会感激今时今日所做的决定。

王志前



本版图片由本报记者 董严军 陈巧玲 摄



## 中国品牌之都 领军品牌榜

发布平台: 15880722026



LILANZ 利郎



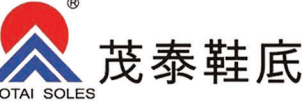
SBS  
湧兴股份



产业周刊 企业最新资讯权威发布平台  
15880722026

中国品牌之都 优秀供应商

发布平台: 15880722026



JIANYOU  
健友皮革



虚位以待

企业最新资讯权威发布平台  
15880722026