

打开消费新空间

■《瞭望》新闻周刊记者 李鲲 宋瑞

消费,一头连着千行百业,一头连着千家万户,是事关发展的重要课题。

2024 年,消费成为中国经济的“最热词”之一。既有延续 2023 年的“尔滨热”“《黑神话:悟空》热”等 IP 驱动文旅发展,又有外国人来华“China Travel”全球流行,更有政府真金白银亲自入场的“推动大规模设备更新和消费品以旧换新”……2024 年 1—11 月份,社会消费品零售总额 442723 亿元,同比增长 3.5%。火爆的消费场景与回升的消费数据背后,既有“形成强大国内市场”“构建新发展格局”“开展国际消费中心城市培育建设”“释放旅游消费潜力推动旅游业高质量发展”等政策相继出台,更可见健康、绿色、数字的新型消费潮流趋势显现,首发经济、冰雪经济、银发经济等潜力领域进一步开发。

2024 年底召开的中央经济工作会议将“大力提振消费、提高投资效益,全方位扩大国内需求”列为 2025 年重点任务之首。业内人士认为,进一步打开消费新空间,需创造更高收入、打造更宽松政策环境、构建更完善基础设施。

盘点:2024 消费新热词

——《黑神话:悟空》与 IP 驱动。

2024 年 8 月 20 日,取材于中国古典文学名著《西游记》的中国首款 3A(高成本、高质量、高体量)游戏《黑神话:悟空》上线发售,4 天之内全平台销量破千万,高峰时 300 万人同时在线,引发国内外资本市场连锁反应,带火文旅、个人计算机、文化创意等产业。

游戏取景地之一、山西临汾市隰县的小西天景区出彩出圈吸睛无数,仅 2024 年国庆期间就接待游客近 10 万人次,同比增长 340%。“我们没想到会火爆到这个程度。”游戏科学联合创始人余冉坦坦言。

“IP 正在成为消费新引擎,特别是在文旅领域。”南开大学旅游与服务学院副教授妥艳娟说,年轻人跟着网络 IP 旅行、消费,注重身临其境的体验感。

继 2023 年贵州村超、淄博烧烤、天水麻辣烫、天津大爷跳水等“热点引爆城市”风潮后,2024 年,冰雪旅游带哈尔滨、抖音话题“古都灯会”“带火大同”……IP 持续搅热文旅消费。同程旅行数据显示,电视剧《我的阿勒泰》上线播出一周后,“阿勒泰”在该平台搜索热度上涨了 562%,飙升至前十名。

——China Travel 与国际增量。

2024 年夏季,多个海外社交媒体平台上,“China Travel 中国游”成为热门搜索词条,相关浏览量在短时间内超 7 亿次。

中国外交部发言人毛宁表示,“中国游”的蓬勃发展是中国推进高水平对外开放的直接体现。2024 年前三季度,中国入境游客约 9500 万人次,同比增长近 80%。随着中国开放的大门越开越大,免签“朋友圈”不断扩容,相信“中国游”的热度会更高。

为便利中外人员往来,中国自 2023 年底以来先后对 38 个国家实行免签,免签停留期限延长至 30 日,外国旅游团乘坐邮轮入境免签政策全面实施,72/144 小时过境免签政策适用国家范围不断扩大,让更多外国人近距离感受中国。

以天津为例,截至 2024 年 11 月底,天津市已建成 18 个支付服务示范区,可受理外卡商户 2.15 万户。据中国人民银行天津市分行数据,仅 2024 年 11 月,外籍来津人员就使用移动支付消费 14.7 万笔,1866 万元,较当年 2 月分别增长 134%和 128%。

与此同时,中国人“买全球”的热情也未减退。2024 年 11 月,第七届中国国际进口博览会按一年计意向成交金额突破 800 亿美元,比上届增长 2.0%;同年 8 月,美国沃尔玛公司旗下的高端会员制商店山姆会员商店,在天津举行第二家店铺开业仪式;同年 3 月,苹果大中华区的第 57 家门店在上海开业,成为中国最高规格的苹果旗舰店……

——“两新”政策与政府入场。



2024 年 3 月,国务院印发《推动大规模设备更新和消费品以旧换新行动方案》;2024 年全年超长期特别国债累计发行 1 万亿元,支持国家重大战略实施和重点领域安全能力建设。政府带着“真金白银”入场,消费促进效果显著。

天津市南开区南马路上,裸眼 3D 大屏吸引着过往行人的目光——一座闲置多年的商务楼宇如今已成为京东 MALL 超级体验店。2024 年“双十一”购物节期间,市民张女士在此选购了一套价值 2 万元的洗烘电器套餐。叠加政府以旧换新补贴、电商平台优惠和厂家补贴,她省下约 6000 元。

数据显示,截至 2024 年 12 月 13 日零时,消费品以旧换新政策整体带动相关产品销售额超 1 万亿元。

思考:中国消费新趋势

消费市场热热闹闹、红红火火,但与商家和社会期待的“体感”仍有一定“温差”。

“现在节假日客人很多,但有的人一餐只点一碗面,花钱比以前少。”山西大同市一家餐厅负责人告诉记者。

“不能简单把中国消费市场的变化理解为‘消费降级’,这些变化恰恰蕴含着一些可喜的新趋势。”深圳市品质消费研究院副院长杨庆星说。

首先是新型消费潮流显现。在天津意式风情区马可波罗广场西北角楼里,一款解谜体验类游戏“意风秘境”吸引着消费者前来,参与者扫码扮演不同角色,带着不同任务深入意风区,通过解谜、收集信息等方式,了解和体验意风区丰富的历史文化。“让建筑可阅读、街区可漫步、剧情可沉浸,这是数字消费为传统景区赋能带来的切实效果。”天津海河意式风情区管理委员会副主任赵雷说。

中国国家统计局数据显示,2024 年 1—11 月,中国社会消费品零售总额 442723 亿元,同比增长 3.5%。其中,金银珠宝类零售额同比下降 3.3%,而体育、娱乐用品类零售额同比上涨 10.5%。

中国旅游研究院院长戴斌说,中国大众休闲旅游逐渐发展,帐篷酒店、房车营地等露营旅游方式受到大众青睐。“凭借户外休闲、

短途化、亲友社交属性、绿色健康消费等优势,露营迅速抢占中国旅游市场,成为新的旅游消费增长点。”

其次是消费理念回归理性、悦己的大势不可阻挡。临沂大学马克思主义学院讲师孙宗岭研究认为,当代中国青年消费文化正呈现出“平替消费”与“精致人设”的交织样态,以服装选择为例,他们开始寻求能够彰显自我风格、不过分消耗财务资源的平替品,因此快时尚品牌在青年群体中快速普及。

拥有老字号品牌“万紫千红”的天津同昌行化妆品有限公司副总经理匡华钦认为,“理性”“悦己”成为当代消费者,特别是年轻人的消费“关键词”。出生在改革开放后、成长在 21 世纪的青年一代是平视世界的一代,不再盲目迷信国外大牌,他们“只买对的,不买贵的”,他们可以坐飞机、火车去另外一城,只为打卡一个景观,“追求体验,该花花、该省省”。

艾媒咨询数据显示,在 2024 年中国中青年消费者中对非生活必需品消费最关注因素前 10 名中,32.04 的人选择符合自我个性,为最高,其次是 27.99%选择质量,26.70%选择售前/售后服务好,24.76%选择外观颜值,24.43%选择实用性。

再次是首发经济、冰雪经济、银发经济等潜力领域正在进一步开发。2024 年底召开的中央经济工作会议明确提出,“创新多元化消费场景,扩大服务消费,促进文化旅游业发展”“积极发展首发经济、冰雪经济、银发经济”。

首发经济是衡量国际消费水平的重要指标。据统计,2018 年 5 月至 2023 年 12 月,超过 4500 个国际国内品牌在上海举办首发活动,引进首店 5840 家,亚洲级别以上的首店超过 80 家。在北京、天津、重庆等地,关于首店经济、首发经济的相关政策也均已出台。

南开大学金融发展研究院院长田利辉认为,首发经济在提升城市形象、带动中国城市发展方面具有重要意义,冰雪经济、银发经济事关乡村振兴和社会稳定,三者均需要更加完善的基础设施和政策配套,其经济潜力和社会效益还远远没有被开发出来。

数据显示,中国冰雪经济总规模到 2030 年将达 1.5 万亿元,这 will 比 2023 年增长近七成,而中国银发经济当前规模在 7 万亿元左

右,据测算,到 2035 年有望达到约 30 万亿元。

展望:2025 消费新空间

受访者认为,中国的消费仍然存在很大的上升空间。就最终消费率而言,即用于居民个人消费和社会消费的总额占当年 GDP 的比率,中国近十年来尚未达到 60%,而经济合作与发展组织(OECD)经济体平均值超过 77%。创造更高的收入、打造更宽松的政策环境、构建更完善的基础设施或可为消费创造更大空间。

创造更高的收入。华中科技大学经济学院院长张建华研究认为,2023 年,中国人均可支配收入为 5537 美元(按年平均汇率换算),大约为美国的 1/11、日本的 1/3,“中国居民的劳动收入份额较低,这可能是造成居民最终消费率低的直接原因。”

在广州市统计局万户居民调查课题组 2023 年 4 月的一项调查中,5000 个样本对象

新闻链接

商务部:将大力实施提振消费专项行动

据新华社北京 2024 年 12 月 19 日电(记者 胡林果 韩佳诺)商务部新闻发言人何咏前 19 日说,商务部将把扩消费和惠民生结合起来,大力实施提振消费专项行动,推出更多务实举措,持续释放消费潜力。

在当天举行的商务部例行新闻发布会上,何咏前表示,商务部将创新举办商旅文体健融合的促消费活动,扩大服务消费,不断丰富服务消费供给,创新多元化消费场景。

培育壮大新型消费将持续加力。何咏前说,商务部将加快出台推进首发经济的政策文件,发展冰雪经济、银发经济,促进数字消费、绿色消费、健康消费。

被问及认为哪些措施会促使增加消费支出时,69.3%的人选择了“提高工资或收入水平”,为最高选项。

中国(海南)改革发展研究院课题组研究认为,推动消费从疫后恢复转向持续扩大,要以稳定居民消费预期为重点加快调整国民收入分配格局,包括显著提升劳动收入占比、缩小“两个城镇化率”缺口等。

中央经济工作会议为 2025 年的工作指明了方向:实施提振消费专项行动,推动中低收入群体增收减负,提升消费能力、意愿和层级。适当提高退休人员基本养老金,提高城乡居民基础养老金,提高城乡居民医保财政补助标准……

打造更宽松的政策环境。2024 年 9 月 26 日中央政治局会议部署的一揽子增量政策,使社会信心有效提振,经济明显回升。同年 10 月,全国新建商品房和二手房成交总量同比增长 3.9%,连续 8 个月下降后首次实现增长;沪深两市日均成交额达 1.98 万亿元,环比增长近 150%。

各地也围绕中央精神出台了相应政策配套,以天津为例,促进汽车消费方面,连续多年每年增投个人摇号指标 3.5 万个;促进房地产消费方面,2024 年 10 月取消了推行 7 年多的住房限购政策;促进“两新”工作方面,对个人乘用车、家电等更新均有相应的补贴政策。

除此之外,张建华等多位专家建议,为进一步畅通国内国际双循环,还需要以高水平对外开放推进服务贸易转型升级,如进一步缩减外资准入负面清单,全力推进服务进口海关监管便利化进程等。

构建更完善的基础设施。多位专家表示,提振消费是一项重要而复杂的工作,需要做好方方面面的基础工作,如公共消费不足就会挤出居民消费,消费场景不足就会抑制潜在消费等。

党的二十届三中全会提出,加快培育完整内需体系,建立政府投资支持基础性、公益性、长远性重大项目建设长效机制,健全政府投资有效带动社会投资体制机制,深化投资审批制度改革,完善激发社会资本投资活力和促进投资落地机制,形成市场主导的有效投资内生增长机制。完善扩大消费长效机制,减少限制性措施,合理增加公共消费,积极推进首发经济。

天津市商务局局长孙剑楠表示,消费的基础设施构建需要从“软件和硬件”两方面发力。天津改造提升,引入全新管理机制,一个个历史建筑、老厂房、旧街区等闲置载体“变身”创意商文旅载体、消费地标,植入新品牌、新业态、新场景,多功能、综合性消费新空间得以构建,有效拉动了消费,提升了城市的时尚活力。

《瞭望》2025 年第 1 期

■ 尹双红

一段时间以来,网络上关于居民消费行为的讨论时有发生。出门吃饭先看团购,购物选“平替”,喝奶茶也考虑性价比……消费者不愿意消费了吗? 非也。

观察消费市场,还可以看见,中国国家博物馆的门口排起长龙,凤冠齐刷刷“贴”难求;哈尔滨冰雪大世界开园首日,门票迅速售罄;热门商圈,顾客人挤人……多个领域居民消费热情高涨,呈现生机勃勃、活力满满的景象。

了解消费者,才能看清楚消费潜力所在。一边是“能省则省”,一边是“该花就花”,消费者的行为背后,有着同样的理念——满足消费所需。

“所需”,是新鲜的体验。比如,去陌生的城市欣赏风景,学习一项新的运动技能,打卡地区首店、首展。

“所需”,也是丰富的文化内涵。从马面

裙畅销,到博物馆热,再到国产 3A 游戏火爆出圈,越来越多人看见传统文化之美。

“所需”,还是更高的生活品质。智能穿戴设备、智能家居、新能源汽车,人们踊跃尝试新技术,用以提升生活质量。

由此而言,人们追求美好生活的消费需求并没有减少,而是日益呈现个性化、多元化、品质化的趋势。

进而言之,消费潜力从何而来? 从满足“所需”而来。能不能更好激发消费潜力,关键就在于能否紧扣需求变化,促进消费提质扩容。2024 年底举行的中央经济工作会议确定了 2025 年要抓好的重点任务,其中第一项

充分释放消费潜力

就是“大力提振消费、提高投资效益,全方位扩大国内需求”。顺应消费新趋势,改善消费条件,创新消费场景,更好满足消费者新需求,才能使消费潜力充分释放出来。

新需求呼唤新供给。以购物中心的转型升级为例。一度,电商的发展给购物中心带来不小的冲击。如今,多地商圈一改过去以商品销售为主的经营模式,打造一站式休闲娱乐场所。北京,华熙 LIVE 汇集文体、餐饮、展览等多种业态;重庆,解放碑步行街与洪崖洞、十八梯等传统风貌区巧妙连接;陕西西安,大唐不夜城将互动表演搬进步行街……丰富独特的消费体验,让商圈重聚人气。这

也恰恰说明,消费新趋势里蕴藏着发展新机遇,积极应变、优化供给,为消费者提供人无我有、人有我优的选择,就能让产品和服务赢得更多消费者青睐。

激发消费潜力,既要重视市场这只“看不见的手”,也要有效用好政府这只“看得见的

手”。2024 年,在消费品以旧换新政策的作用下,全年汽车报废更新超过 290 万辆,置换更新超过 370 万辆,带动汽车销售额 9200 多亿元;超过 3600 万消费者购买了八大类家电产品 5600 多万台,带动销售额 2400 亿元。

2024 年举办的中国国际消费中心城市精

品消费月活动中,发放消费券、组织大型体育赛事等举措,带动举办地 5 个城市 11 月上中旬商品消费额同比增长 5.9%,餐饮消费额同比增长 12%。

一系列政策,发挥着“四两拨千斤”的作用,不仅激活了消费市场的“一池春水”,更引导居民消费向着绿色化、智能化、品质化升级。总结经验做法,让政策更精准有力,发挥好政策的引导作用,消费潜力将更好得到释放。

2024 年 1 至 11 月,我国社会消费品零售总额超 44 万亿元,同比增长 3.5%。我国超大规模市场优势没有变,国内需求增长潜力巨大。

从消费新趋势中找到供给新方向,形成需求牵引供给、供给创造需求的更高水平动态平衡,定能把内需潜力转化为发展实绩,以国民经济循环之“畅”,助力发展大局之“稳”。

《人民日报》2025 年 1 月 13 日第 5 版