

推动经济增长 消费主引擎如何发力

一季度收官之际,中国经济运行态势备受瞩目。

消费是拉动经济增长的主引擎。今年以来,中国市场销售持续恢复,服务消费较快增长,与此同时,部分商品消费增速放缓,居民消费价格低位运行,个别外媒片面渲染所谓“中国消费恢复乏力”“中国消费失去潜力”。

事实果真如此吗?

消费态势稳中向好

4月5日,记者来到北京颐和园景区看到,六个门区全面开启入园通道,增设订单二维码快捷入园,并增加坡道,设置软质隔离带,引导客流。

北京市公园管理中心数据显示,包括颐和园在内的北京市属11家公园和中国园林博物馆,清明假期共接待游客近220万人次,较2019年同期增长16%。

同一天,安徽省合肥市淮河路步行街人头攒动,多个商场同步举行主题促消费活动。清明节3天假期,淮河路步行街客流量和销售额均同比增长30%左右。

放眼全国,清明假期,消费市场热闹红火:全社会跨区域人员流动量超7亿人次,日均24679.5万人次,比2023年同期日均增长53.5%;国内旅游出游1.19亿人次、国内游客出游花费539.5亿元,按可比口径较2019年同期分别增长11.5%、12.7%。

打开更多观察窗口,中国的消费活力可见一斑。

先看商品消费。前2个月社会消费品零售总额仍保持在5%以上的较高增速。限额以上单位中八成以上商品类别零售额实现增长,部分升级类和大宗商品消费需求较快释放,其中汽车类零售额增长8.7%。

再看服务消费。前2个月,服务零售额同比增长12.3%,其中全国餐饮收入增长12.5%。

从“尔滨”冰雪游火热、甘肃天水麻辣烫走红,到云南芒市等“小机场”城市旅游火爆,其背后是人们对美好生活的期盼,也是服务消费持续回升的支撑。

最后看物价运行。3月份,受春节后消费需求季节性回落等因素影响,全国居民消费价格指数(CPI)同比上涨0.1%,但扣除食品和能源价格的核心CPI上涨0.6%,仍保持温和上涨。

亚洲开发银行发布的《2024年亚洲发展展望(4月版)》报告指出,随着经济持续改善,预计今年中国CPI涨幅将升至1.1%,2025年将升至1.5%。

“全面分析消费运行态势,不能仅仅盯着单个指标。”中国价格协会副会长许光建说,综合市场消费和物价走势看,中国经济并未陷入个别外媒所谓“价格下降—消费乏力的恶性循环”。

细分来看,中国消费还涌现出一些新的结构性亮点,居民消费观念也更趋理性。

日前,在北京胡同、天津五大道、贵阳曹状元街等景点周边,总能看到成群结队的“City Walk”(城市漫步)爱好者。“City Walk”就是以徒步方式走街串巷,其背后

是更加看重性价比和消费体验。“跟家人在城市中漫游闲逛,深度体验当地风土人情,是个不错的选择。”在天津五大道景区,安徽游客陈女士说。

记者在调研中发现,随着中国人消费观念变化,新模式新业态消费正在不断涌现,比如从热衷奢侈品到去折扣店购物、从追崇进口转向国产;健身、旅游等服务消费明显增加;平替消费、反向消费受到追捧等等。

从统计数据看,这种趋势更加明显:前2个月,数字音乐、节能洗衣机和滑雪装备等数字、绿色和健康类商品同比分别增长95.1%、167.5%和66.4%。马面裙、国风香水和新中式首饰等国货“潮品”网络零售额分别增长6.3倍、4.2倍和1.7倍。美团、大众点评最新数据显示,3月份以来,反映赏花经济的全国“实时花讯”相关笔记量环比增长近70%,清明假期“汉服妆造”搜索热度同比增长2.3倍。

“新型消费快速成长,将不断重塑消费结构、释放消费潜力,为经济发展注入新动力。”国务院发展研究中心市场经济研究所研究员陈丽芬说。

消费市场大有潜力可挖

在北京西城区,1990年开业的长安商场正迎来转型:地下一层更新为“银发金街”,推出社区食堂、健康驿站、药店等老年人消费服务;在三层营造亲子陪伴空间。长安商场总经理李春晖介绍,去年商场日均客流量1.6万人次,总客流量同比增长23%。

14亿多人口的超大规模市场、完备的产业体系、要素禀赋总量优势明显,这是超大规模经济体具有的显著特征,也是中国消费潜力的动力源泉。

当下,中国新的消费增长点正在不断涌现。

春暖花开,正是户外锻炼的好时节。记者日前走访北京、上海、南京等部分商场发现,跑鞋、速干衣裤等户外运动装备销售火爆,新款式很受市场欢迎。

“今年以来,以周边城市为主的轻量级户外游很受欢迎,涌现出了一批专业的徒步俱乐部,带动店里销量大幅增加。”江苏省南京市鼓楼区一家体育用品门店有关负责人说。

国家体育总局数据显示,2012年以来,我国体育产业增加值年均增长15.4%。预计到2025年,我国经常参加体育锻炼人数比例将达到38.5%,体育消费正步入发展快车道。

拉长观察镜头,可见消费大市场更多新动能新空间:

看数字消费,截至去年12月,网民规模增至10.92亿人;截至今年2月末,5G基站总数达350.9万个,数字消费群体壮大,数字技术不断夯实,将推动数字消费持续升级。

看国潮消费,2020年以来,国潮品牌快速崛起。随着人文与经济深度融合,必将催生更多文旅新业态、文创新产品。

看养老消费,截至2023年末,我国65



今年清明节期间,游客在贵州省遵义市播州区乌江寨景区游玩(无人机照片)
新华社发(袁福洪摄)

岁及以上人口数量达2.17亿人。有关研究显示,我国银发经济正处在加快发展阶段,银发经济规模约7万亿元,预计到2035年将增至30万亿元左右,家庭护理、智能陪伴等银发需求广阔。

中国宏观经济研究院经济研究所副所长郭丽岩说,与部分发达经济体相比,我国发展享受型消费支出占比仍有20%左右的提升空间。

新型消费成长壮大之时,传统消费仍有空间,潜在消费需求正在不断释放。记者整理有关素材发现,中国家电、汽车等设备更新需求巨大。2023年底国内民用汽车保有量达3.36亿辆,冰箱、洗衣机、空调等家电保有量超30亿台,汽车、家电更新换代或将创造万亿元规模的市场空间。

“以旧换新政策符合居民消费升级需要,能够促进居民潜在需求释放,让高质量耐用消费品更多进入居民生活。”陈丽芬说。

城镇化仍是中国消费潜力所在。

继2022年首次上线新疆包邮后,拼多多再次升级快递服务,在新疆地区推行免费包邮送货进村,将末端配送网点与消费者的距离缩短至2公里内。

当前,诸如拼多多的企业加速在三四线城市及县乡村布局,看重的正是中国推进新型城镇化带来的市场机遇。

一组数据很有说服力:2023年末,中国常住人口城镇化率为66.2%,仍低于发达国家80%左右的平均水平。据估算,城镇化率每提高1个百分点,将拉动2000多亿元消费需求。

目前,我国仍有1.7亿进城农民工和随迁家属尚未在城镇落户。有关研究显示,若这部分人拥有城市户籍并享有与城市居民相同的基本公共服务,其实际消费水平或能提高30%左右。

消费引擎如何做强?

有研究显示,城市居民50%以上的日常消费支出,都集中在社区周边1公里范围内,也就是步行15分钟的距离。

自2021年开始,商务部等多部门联合推动一刻钟便民生活圈建设。今年将推动70%以上的城市启动便民生活圈工作,有望打造更多便民消费业态。

记者在调研中发现,向内挖潜力、向

外增活力,推动形成消费引导供给、供给创造需求的良性循环,是扩消费的主要方向。

就业增收,是提升居民消费能力、挖掘消费潜力的根本。

教育大省山东2024届高校毕业生人数将达84.2万。在日前举行的山东省2024年师范类高校毕业生就业双选会上,300余家单位现场揽才。

今年,全国春季招聘市场需求稳中有增,已累计举办各类招聘活动超3.6万场,发布岗位2900万多个。

中国正探索以有力有效政策弥补市场不足,如对招收毕业生的企业给予税收优惠、扩大新就业形态就业人员职业伤害保障试点等,着力稳住就业大盘。

从跨省招工、举办“春风行动”专场招聘会,到密集发布稳企拓岗新政策,加强职业技能培训,加大脱贫人口就业帮扶,各地全力以赴,多渠道促进就业增收。

让老百姓敢消费,既要保就业增收,还要有效“减负”。

当前,中国正以更大的决心推进“减负”:提高“一老一小”个人所得税专项附加扣除标准、启动新一轮保障性住房规划建设、扩大医保基金使用范围等等,减少居民消费的后顾之忧。

从消费发展趋势看,顺应人民群众对高品质生活的新期待,打通制约消费的堵点痛点,是现阶段优化消费环境的重点。

对此,中国在行动:

印发《推动消费品以旧换新行动方案》,提出加大财政金融政策支持力度、完善废旧家电回收网络、优化家居市场环境等22条措施举措。

开展“体育赛事进景区、进街区、进商圈”活动,促进体育健身休闲消费;推动《关于发展银发经济增进老年人福祉的意见》落地落细,激发养老消费需求;公布第三批中华老字号名单,促进国货“潮品”消费。

记者梳理发现,当前,河北、宁夏、福建等多地已明确开展汽车、家电等促消费活动,计划推出政府购车补贴、消费券,激发居民消费潜力。

政策给力、市场发力,各方正协力推动消费持续回暖。

新华社记者 魏玉坤、樊宇、姜婷婷、郁琼源、韩佳诺