



探寻消费
升级的步伐

①

在国民经济中，消费是增长支柱，是动力引擎。2018年最终消费支出对经济增长的贡献率达到76.2%；今年一季度，社会消费品零售总额97790亿元，同比增长8.3%。

在拥有近14亿人口的中国市场，在城市和乡村，在男女老少不同的人群身上，消费又以其细致、多元和变动构成一道壮丽的景观。小到一包榨菜、大到一辆汽车，其背后的故事都意味深长，为全球的供应商密切关注，也为海内外所有关心中国经济成长的人所津津乐道。

经济成长的人所津津乐道。

描述这个海一般大市场中的消费绝非易事。但如果要从今天近14亿个体日复一日的消费行为中寻找出一些共性，则非“消费升级”莫属。

本报今起推出系列报道，尝试切开一些剖面，看看中国消费升级的故事如何具体而微地呈现在每个人的日常生活中，又以前所未有的阵势推动着消费大潮继续滚滚向前。

——编者

今年端午，上海多了项全民新时尚——垃圾分类。

垃圾分类本不是什么新鲜事。但在很多地方，“你分他不分”“扔时不分、收时不分”的现象使垃圾分类难以真正落实。围绕加强科学管理、形成长效机制、推动习惯养成，上海推进垃圾分类，逐一破解难点。同时，上海的垃圾分类也被寄予厚望——为其他城市探索出可复制可操作的实用经验。

撤去垃圾桶

上海市绿化和市容管理局环卫管理处副处长齐玉梅说，垃圾分类普遍存在“知行不一”，市民理念上支持，操作时嫌麻烦。

“定时定点”，被实践证明是在推广垃圾分类初期比较有效的管理方法。首先要做的就是“撤筒”，但肯定会给习惯随时扔垃圾的居民带来不便。

上海市闵行区东苑半岛花园从5月27日起实行垃圾分类定时定点投放。撤筒原有79个点位的168个垃圾桶，在小区设立4个定时定点集中投放点和1个24小时开放垃圾箱房。定时定点投放点每天早晨7至9点、傍晚6点至8点半开放，由150名党员、楼组长等组成的志愿者队伍轮流执勤，指导居民分类投放。

小区所在的平吉三村居委会党总支书记马雪花说，分类投放实行10多天，效果比预期好得多，绝大多数居民给予理解和配合。5个投放点分别位于小区东南西北中，方便居民就近投放，并针对钟点工、租客、加班族等特殊需要群体的需求，设立24小时开放垃圾箱房。考虑到居民习惯养成和志愿者时间安排，没有采取阶段式撤筒，而是等大家养成垃圾分类习惯后，再对投放时间等做出调整。而关于志愿者是否要帮助湿垃圾“破袋”——将湿垃圾从包装袋倒入垃圾筒？在争论后，最终决定让居民自行“破袋”，这也是为了“一步到位”培养分类行为习惯。

与此同时，物业、业委会等各司其职，做好保障。在垃圾投放点设置洗手池，避免居民怕弄脏手而不愿“破袋”。定点投放结束后，及时对投放点进行清扫、消毒，不留异味。保洁人员还自发对清运车进行改装，做到干、湿、可回收垃圾分运，增加居民对分类后续处理的信心。今年，上海还将改造1.7万个垃圾箱，同时在定时定点的大约束下，尽可能“缩短居民与垃圾箱的距离”。

绿色账户积分激励居民

在上海众多小区，垃圾分类正在成为社区治理的新契机。

去年12月，上海市长宁区程家桥街道42个小区全部实现生活垃圾定时定点分类投放，成为上海垃圾分类“样板”。

街道下辖的上航居民区住宅产权类型多样、人员构成复杂。建于1996年的虹桥机场边检站家属楼48户居民中，有39家是外来租户，出租率高达9成。第一次听说小区要搞垃圾分类，居民普遍觉得，“房子又不是自己的，小区环境和自己关系不大”。

上航居民区党支部书记朱雪菊为每家每户设计了台账，通过分类知识宣讲、送分类垃圾筒和绿色积分账户卡，3次进入居民家中，掌握各家对垃圾分类的态度和可能碰到的困难。通过走访，朱雪菊的手机里存下小区200多户居民的电话。居民从不配合到主动做志愿者；小区的“垃圾角”变成居民议事“聊天角”。非试点小区居民看到试点小区的明显变化，主动跟社区干部说：“啥时候到我们小区来试点呢？”

在上航居民区，绿色账户积分不仅可以兑换米面纸油，还是申请老年兴趣班、暑期托幼班等社区紧缺资源的评分依据。

年内建成5000个回收网点

垃圾分类的目的是垃圾减量和提高资源化利用。上世纪七八十年代，上海垃圾回收利用推行较好，废纸、鸡毛、牙膏皮，甚至乌龟壳，都是物质匮乏年代可以换钱的“宝贝”。

在物质过剩年代，如何提高生活垃圾回收利用？上海提出推进“居住区再生资源回收体系”与“生活垃圾分类收运体系”两网融合。根据《上海市生活垃圾全程分类体系建设行动计划（2018—2020年）》，全市将建立两网融合回收服务点、中转站、集散场等从源头到末端的全过程体系，2019年建成5000个回收网点和170座中转站；2020年建成8000个回收网点和210个中转站，基本实现两网融合，生活垃圾资源回收利用率达到35%。

上海还在探索生活垃圾收费制度。上海市绿化和市容管理局局长邓建平近日表示，上海从2004年就为单位收取垃圾处置费用。而对市民群众，这笔费用是由各区政府在买单。以中心城区为例，每1吨垃圾的处置费要向区政府收221块钱，同时没有垃圾处置设施的中心城区，因为要将垃圾送至其他区处置，还要支出每吨100元的环境补偿费给垃圾接收区。未来将在这方面探索改革。

垃圾分类力破难点提高资源化利用

上海扔垃圾要定时定点

本报记者 田泓

3个家庭的消费升级账本

李 婕 潘瑾瑜

3225亿元——不久前的“五一”小长假，仅仅只是通过银联网络交易，中国人平均每天就消费了这么多钱。中国消费市场正呈现前所未有的活力，而其中的品质升级、结构调整等诸多变化，就发生在这一笔笔具体的消费中。因此，观察中国消费，我们首先从家庭入手，透过一个个家庭账本，来感受中国消费的细节。

这里有3个家庭的故事，他们有许多不同——主人公身处不同城市，分布在老中青不同年龄段，消费习惯、支出重点大不同；但他们也有许多相同——都属于构成中国消费升级最大动力的中等收入群体，都享受着消费升级为家庭增添的福利，都越来越乐于为幸福“买单”。

年轻小家的智能体验

——智能、便捷、享受，许多家庭借着一笔笔中意的消费改造生活，拥有更多便捷和自由支配的时间

“您好，您下的单到了。”门铃叮咚响起，北京的小杨1小时前在手机上下单的水果和肉菜已经送货上门了。

便利的“指尖”服务，让这位带着半岁宝宝的新晋宝妈生活便利了许多。她几乎每周都通过每日优鲜、京东到家等电商平台采购几次生鲜菜品，省去了带娃出门的麻烦。刚回国一年多，她和丈夫还沉浸在网购购物之方便带来的惊喜中。“消费体验简直好太多了！不用再每周出门当购物‘搬运工’，甚至出门都不用带钱包，这在外国是无法想象的。”小杨说。

小杨和丈夫都是30出头的年纪，这个年轻的家庭每月80%的收入都花在消费上，消费体验好不好很紧要。小杨给简单算了一笔账，之前在国外，线上消费顶多占全家消费的1%，现在蹭蹭蹿到了70%。买得方便，自然买得更多，许多消费者跟他们一样——2018年，全国实物商品网上零售额增长25.4%，增速比社会消费品零售总额高16.4个百分点。

刚迎来新生儿，这个小家庭消费变化可不小。育儿支出成了消费单里的“黑马”，而这一条，也最让小杨惊讶于今天消费的变化。“以前养娃啥都是自助，现在可多硬件设施需要买买买啦！”小杨举了个简单的例子，宝宝饮食过去全是人工做，零花费，现在则需要购买专门的辅食机，还要配齐全套的餐具，一套下来不少钱，但孩子的事儿，父母乐意来买单。

“智能”也是这个小家消费的新趋势。颇让小杨得意的，是刚花1800多元购入的一款扫地机器人。“出门打开，回来家里就干干净净的，还会自己找地方充电，至少给我每天节省半小时。”除此之外，家里还陆续添置了可以用手机控制的智能台灯；可以联结手机24小时观察宝宝的摄像头；烤箱和微波炉一体的光波炉……这些越来越智能的产品，让小杨一家感受到细节处的幸福。从全国来看，扫地机器人、智能手表、智能音箱等消费升级类商品销售增长也快于其它商品。未来，他们还考虑更换全屋智能家居，就盼着市场上产品越来越好，消费者只管挣钱来买。

“智能、便捷、享受”，这是主妇小杨对自家消费的总结。许许多多家庭也跟他们一样，正借着一笔笔中意的消费改造生活，拥有更多便捷、更多自由支配的时间。

中年夫妻的品质生活

——大到汽车小到球拍，样样在升级，愿意为高性能、高品质的产品和服务买单

说到家里的消费变化，江苏南京的周女士一家感触颇多。眼下家中代步的两辆新能源汽车，就是去年刚换的。

过去十几年，周女士家的车换了3次，一次高出一个档次。第一次买车是2000年左右，经济能力有限，市场上的车型也远不如今天丰富，当时花了6-7万元买了一辆小车，图的就是个代步；第二次是2008年，开始考虑汽车的性能、安全、品牌，价格也涨到20万元；到这回，口碑、性能的比较范围扩展到了全世界的好品牌，最后看准未来趋势买了新能源源车，两辆车总共花了60多万元。

周女士和丈夫年近50岁，他们的购车经历，也与中国市场的发展一呼一应。截至去年，全国私家车保有量达1.89亿辆，近5年年均增长近2000万辆，其中新能源汽车保有量比上年增长70%。

汽车这样的大件在升级，洗衣做饭的家用电器也没落下。洗衣机由过去的单一清洁功能升级为能够除菌除味、针对不同面料专业洗护的机型，一台价格3000多元。没有去国外“海淘”电饭煲，但也换成了国产的内置智能菜单、语音导航的“高配”版本，价格过千元，质量很满意。“家居设备在更新换代，我们现在会更注重性能、效



顾客正在海南省海口日月广场免税店购物。一季度海南离岛免税销售快速增长。

新华社记者 郭程摄

数说消费升级

消费形态：实物消费↔服务消费

▶ 餐饮收入增速高于商品零售

2018年，餐饮收入市场规模首次超过4万亿元，比上年增长9.5%，增速比商品零售高0.6个百分点。

▶ 旅游、文化、信息等服务消费较快增长

旅游——2018年全年中国国内旅游人数超过55亿人次，旅游总收入超过5万亿元，分别增长10.8%和12.3%。

文化——2018年内地票房超过600亿元，比上年增长约9%；内地城市院线观影人次超过17亿。

信息——2018年信息消费比上年增长11%，信息服务消费规模首次超过信息产品消费。

消费方式：网上零售快速增长，线上线下加速融合

▶ 网上零售快速增长

2018年，全国实物商品网上零售额增长25.4%，增速比社会消费品零售总额高16.4个百分点。

消费结构：基本生存型↔发展享受型

▶ 消费升级类商品销售增长快于其它商品

2018年，限额以上单位化妆品、通讯器材和家用电器类商品比上年分别增长9.6%、7.1%和8.9%，同期限额以上单位商品零售平均增速为5.7%。

▶ 汽车类商品中代表升级方向的运动型和新能源汽车销售比重提高

2018年，运动型多用途乘用车（SUV）销售量增速比基本型乘用车（轿车）增速高0.2个百分点，SUV占全部乘用车销量的42.2%，占比比上年提高0.7个百分点；

2018年新能源乘用车销量突破百万辆大关，比上年增长增速超过80%。

▶ 线上线下融合发展

2018年，限额以上单位通过互联网实现的商品零售额占限额以上单位消费品零售额的比重达10.2%。

资料来源：国家统计局

果，价格并不是我们考虑的最重要的因素了。”周女士说。的确，满足基本需求之外，“高端”“节能”“品质”“专业化”是当下消费者选购家电的关键词，功能升级型家电就是2018年家电销量增长的主要驱动力。

周女士夫妇孩子刚上大学，综合下来，家庭每月消费大概占到收入的三成左右，他们不追赶潮流，但对品质有着刚性需求。周女士还举了很多例子——

夫妇二人从学生时代就开始打羽毛球，那会儿没啥讲究，有副拍子和球，找个空地趁没风的时候就运动起来。现在则是进球馆、买球具，装备早已“鸟枪换炮”，球拍用全碳素的，球选纯鹅毛的，球包球鞋也不凑合，要买专用的，一套配齐了也要几千元。买衣服不赶时髦，但一定是面料好、品相佳、做工精致的。闲暇时，会挑选口碑不错的电影，全家一起观赏，听说现在影院推出适合家庭、朋友包场的专属小厅，他们也想去体验一下……运动健身、文化消费，这些都是当下消费的新热点。

谈到消费升级，周女士说，从居家生活的角度，确实感触很深。随着科技进步，各类以消费者为中心的产品和服务越来越多进入生活，品质生活更有保障。

退休老人的多元消费

——吃土鸡蛋、用智能手机、出国旅游，别说老年人不喜欢花钱

每天清晨散步后，去附近的菜市场挑选采买，这是内蒙古赤峰市的孙老和老伴的固定作息。说起买菜心得，孙老头是道，是否新鲜无公害，是否质检过关都要十分关注。“一般买农户家散养土鸡下的笨鸡蛋，吃五谷的‘粮食猪’肉质好，家里人都喜欢。”孙老说。