

企业创新态势蓬勃、供给提升动力充足，多层次消费主体收入增长、消费信心持续在高位——

中国人的消费在稳稳地上升

本报记者 李 婕

探寻消费升级的步伐

④

潜力有多大？

——每千人拥有汽车170辆，约10亿人一年坐不了一次飞机，出境游多数游客来自一线及准一线城市，市场梯度差异大，增长空间还很足

观察中国消费的一些侧面，人们或许会有一些有意思的发现。

一方面，中国已经成为全球最大的奢侈品市场之一，高端消费的势头可见一斑；另一方面，电商平台的“后起之秀”拼多多在3年时间内成为了中国前几大电商平台，以价格低廉、吸引三四线及以下城市和农村地区消费者的特征亮相，如今，拼多多在一二线城市用户的占比接近50%。如何理解这些看似矛盾的现象？

“总体上消费处在向发展型和享受型过渡的阶段，即当前人们基于发展和享受方面的需要而产生消费升级的需求，但是不同收入人群的表现不太一样。”中国贸促会研究院国际贸易研究部主任赵萍对本报记者分析，比如对中等及以下收入人群来说，可能向发展型消费过渡的特征明显，主要对高质量的耐用消费品、对公共服务保持较高需求；对中等及以上收入人群来说，消费层级更高，包括对创新型商品需求强烈，喜好各类智能设备、低碳环保设备以及文娱健康消费等。

不过若以整体论，在许多方面，这个近14亿人口的大市场仍然展现出巨大的潜力。不同领域的专业人士提供了一系列数据——

到2018年，中国汽车保有量超过2亿辆，每千人拥有汽车170辆，许多一二线城市上下班高峰时段堵车严重。那么，是中国汽车市场饱和了吗？比照发达国家，其中不少国家每千人拥有汽车超过500辆，中国显然还有不小的空间；经历新世纪以来汽车进入家庭的热潮，淘汰旧车、换新车的需求也进入快速增长长期。

中国已是全球第二大民航运输大国，2018年，共有6.1亿人次乘坐中国民航航班出行。然而，对比中国庞大的人口基数，粗略估计，仍有约10亿人在过去一年没有乘坐过飞机。这将是一个极具想象力的市场。

中国是世界上最大的出境游客源国，2018年，中国公民出境游约1.5亿人次。但考察出境游人群构成会发现，其中多数游客来自一线及准一线城市，每百人中不到5人出国旅游过。大量的三四线以及县乡地区，旅游才刚刚热起来。

如果再考察居家生活的细节，更会发现，奶酪、牛油果等进口食品出现在小城市的超市货架上还没多久，电动牙刷、扫地机器人等提升生活品质的小家电才刚进入普通人家……中国市场远未达到饱和。

在赵萍看来，未来消费增长的空间还是非常大的。在目前市场呈现出的梯度差异之外，单以消费本身来看，当人们的一些需求得到满足的时候，还会派生出其他若干需求，而不是说在消费水平达到一定程度后就“无欲无求”。人们对美好生活的追求不会停止，无论从现实还是理论上来看，消费增长有空间。

消费升级这个词真正流行起来，不过是近两年的事情。关注宏观数据的人发现，在消费的大盘中，升级类商品表现越来越抢眼，居民消费行为向更高阶段迈进。而商品和服务的供给方也发现，“便宜”不再是打动消费者的首要因素，人们欢迎物美价廉的商品，与此同时，品质高、价格也不低的商品似乎在市场上也很火。在国际上，过去很长一段时间里提到中国就会想到“中国制造”，现在更多人则热议“中国市场”。

中国人的消费处在怎样的阶段？未来会沿着怎样的轨迹发展？多位专家从消费需求、居民收入、社会供给以及创新动力等多个方面进行了分析，相较未来仍将长期持续的升级趋势，中国人的消费升级无疑才“刚刚开始”。



▲6月11日，2019亚洲消费电子展现场，类人型商用服务机器人正在进行展示。
王 初摄（人民视觉）

▼北京某超市货架上的进口食品种类繁多、琳琅满目，供消费者挑选。
本报记者 李 婕摄



消费升级 空间有多大

●到2018年，中国汽车保有量超过2亿辆，每千人拥有汽车170辆。但在不少发达国家，每千人拥有汽车超过500辆，中国仍有不小的空间。



●中国是世界上最大的出境游客源国，2018年，中国公民出境游约1.5亿人次。但考察出境游人群构成，多数游客来自于一线及准一线城市，每百人中不到5人出国旅游过。



●中国是全球第二大民航运输大国，2018年，共有6.1亿人次乘坐中国民航航班出行。然而，对比中国庞大的人口基数，保守估计，仍有约10亿人在过去一年没有乘坐过飞机。

●升级与分级并存，总体趋势是升级。中等及以下收入人群，向发展型消费过渡的特征明显，对高质量的耐用消费品、对公共服务保持较高需求；中等及以上收入人群，对享受型消费需求大，对品质消费、创新型商品需求强烈，喜好各类智能设备、低碳环保设备以及文娱健康消费等。

动力来自哪儿？

——经济发展带来收入增长，技术进步带来供给改善，行业自身正努力提升，这些因素都将助力消费

一个社会的消费表现，不仅取决于居民不断变化的需求，还取决于社会的供给水平和居民的支付能力。未来消费升级动力充足吗？

先看社会供给。消费升级首要的动力源是创新。根据世界知识产权组织（WIPO）公布的2018年全球企业国际专利申请数据，中国较上年增加9.1%，位居第二位。同时，中国高技术制造业的增长快于规模以上工业的增长速度，高技术产业的投资也明显快于整体投资增速。“这一方面说明企业创新的意愿非常强烈；一方面说明创新促成了产

业与投资之间的良性循环。”赵萍说，消费增长受到制约的一个重要原因，是供给和需求结构存在差异。“中国制造”世界第一，但在商品特别是消费品的品种、品质、品牌、品位方面，仍有不足。前几年，中国游客从境外大量采购电饭煲、马桶盖、厨房刀具等就是集中表现。供给的不充分不均衡，正需要创新来补短板。今天创新在中国有大面积的呈现，而不仅仅聚焦在一两个领域，这为未来国内消费的增长提供了非常重要的保障。

再看支付能力，即未来居民收入的增长空间还有多大。过去40年，全国居民人均可支配收入从1978年的171元增加到2017年的25947元，2018年，基本实现了和GDP的同步增长。劳动者报酬占GDP的比重自2011年以来稳步上升，收入分配更多地向劳动者倾斜。赵萍认为，产业向高附加值转型升级，人们的工资水平也会不断提高，这样未来购买能力还

将稳步上升。另一个有利因素是，城乡收入差距在缩小，近两年农村居民可支配收入增速相比城市“跑”得更快，农民工收入水平明显提高，且这一态势还在延续，与新型城镇化、乡村振兴的步伐相呼应，将有力地激发更广阔的县域及乡村消费市场。相关机构的研究同时表明，在基本需求得到满足后，新增收入中的更大比例会用于多品类消费、提升生活品质。

同时，“新零售”等消费相关行业的提升，也为进一步拓展消费需求创造了条件。国务院发展研究中心市场经济研究所研究员任兴洲认为，零售是消费中的核心环节，零售行业的努力对促消费发挥了重要作用。比如，有的企业实施全业态、全方位、全渠道的布局；有的在品类、品质上进一步提升，也起到促进消费的作用。在这方面，中国企业触角灵、动作快，苏宁、京东、拼多多等向县域加快布局，将产生很好的激发效应。

有人认为，当前中国是消费分级，未必是升级。对此，多个市场机构的分析表明，消费的确存在分级现象，但不同层级的消费中都蕴含着升级，总体上是升级态势。中国国际电子商务中心研究院院长李鸣涛解释，之所以能够谈论“分级”，在一定程度上也得益于电商发展。通过用户画像、消费习惯等基础数据，企业可以看到精准的消费群体划分，在此基础上，每一级都呈现出消费升级的基本属性。精准的升级需求更有利于供需对接，充分释放动力。

短板怎么补？

——繁荣国内消费市场，功夫既在消费本身，也在消费之外，宏观政策和消费对策一齐发力

针对当前消费中还存在的问题，需要从哪些方面发力？不妨先来听听消费者的声音。

“有好东西”——不少消费者表示，愿意为好商品带来的幸福感花钱，但前提是东西要有吸引力。“解决日常生活痛点的商品，我肯定会掏钱。”上海市退休教师陈阿姨说。她刚刚重新装修了厨房，花近5000元安装了全自动嵌入式洗碗机，“洗了几十年的碗，现在终于把双手解脱出来了。”

“有鼓励消费升级的政策支持”——在北京从事媒体工作的李先生正密切关注购车的政策变化。“摇号好几年了，一直没摇中。申请新能源车，也排到2020年以后了。刚刚看到发改委公布了不给新能源车设限制的政策，不知道北京会不会纳入？我买车的钱都准备好了。”

“花钱更放心、更顺畅”——在许多中小城市及乡镇的居民看来，购物环境仍不尽理想。“买车和买一些生活中的大件商品，还是要到附近的大城市专卖店去，不会有假货、翻新货”“网购很方便，但退换货很麻烦，周期长，这方面中西部小城市比不了发达地区”“家电下乡，要把新品送下来，别送那些城市里卖不掉的库存商品”。

这意味着，促消费升级，需要在营造良好环境、解除后顾之忧方面，多做细致工作。

赵萍表示，消费升级的过程也是企业集中推出新产品、新服务以及新商业模式的过程。而这些商品和服务有不少快于现有制度，如何保护消费者权益被提上日程。“现有法律框架下的具体执行细则需要完善，从而使新产品、新服务也被纳入到消费者权益保护的框架范围。同时要加强行业标准的建设，引导企业创新在合规的道路上行稳致远。”在消费政策方面，今年以来已有针对性举措出台。比如近日出台的《推动重点消费品更新升级 畅通资源循环利用实施方案》，推动汽车、家电、消费电子产品更新升级；针对“一老一小”的托幼养老问题，也有文件出台，鼓励完善供给促进消费。专家认为，当前政策直指短板领域，将会为消费市场释放利好。今后也应在这方面持续发力。

从更大的视野来看，消费还受整体宏观经济的影响。任兴洲认为，今年宏观调控最大的特征就是逆周期调节，确保经济平稳运行。一季度以来，有关政策效应已经显现，包括稳健的货币政策、力度空前的减税降费、提高居民可支配收入等。长远看，中国经济有条件、有能力在合理区间运行，实现消费及相关的就业、收入等稳定，这些将为“中国市场”注入利好，让消费稳稳地向上升级。

辨识植物中文名，感受中国古典舞

湿地公园迎来外国友人

王 峥

游览翠湖国家湿地公园、参观亚洲数字艺术展、观赏原创舞剧和时装表演……日前，一场近距离感受北京市海淀区自然、文化和科技魅力的活动在京举行，来自外国驻华使馆官员、国际组织驻京机构负责人、外国驻京商会代表、境外媒体驻京记者、在京的外国专家和在京留学生等100余人参加了活动。

漫步在湿地公园，碧波荡漾，湖面上时不时游来几只绿头鸭，泛起阵阵涟漪。看见郁郁葱葱的树木水草，外国友人们纷纷低下头辨识植物上面的标识牌：木荷蒿、大花海棠、荆芥、花叶玉簪、桔梗，充满了好奇。“周末来逛湿地公园可以让我从忙碌的工作中放松下来，打算以后留在北京。”来自卢旺达的小伙

Lucky说。詹女士是玻利维亚外交官的夫人，她表示，周末带孩子来湿地公园，既可以亲近大自然，也能让孩子从小受到中国文化的熏陶，非常有意。

为了让嘉宾更好地感受海淀的文化魅力，主办方把以清代词人纳兰性德生平为创作背景的大型原创舞剧《人生若只如初见》片段带至现场。《人生若只如初见》是一部创作于海淀、以纳兰性德为主角的新时代中国古典舞剧，展现了纳兰性德的传奇一生和家国情怀。

在亚洲数字艺术展中，来自中国、韩国、以色列等12个国家的30位艺术家带来众多数字艺术作品，给一行人带来身临其境的震撼。“这些活动让我近距离领略到了中国的文化，丰富

了对中国的了解，很乐意再参加这样的活动。”Lucky表示。

据悉，本次“亲历北京——感受山水海淀、体验创新之城”活动是由中共北京市海淀区委宣传部、北京月讯杂志社主办，秉承“以体验为精髓，以文化为主线”的宗旨，让外国友人近距离感受海淀区自然生态之美、文化艺术之魂和科技创新之源的强大魅力。

作为一档颇受在京境外人士欢迎的系列文化体验活动，“北京沙龙·亲历北京”已成为一项品牌活动。自2013年创办以来，活动已邀请在京外籍人士共同体验了京剧、昆曲、武术、民乐、茶艺、风筝、舞蹈、宫廷美食等中国文化，得到了在京外籍人士的欢迎与肯定，很多嘉宾成为活动的忠实“粉丝”。



铺满鲜花的玫瑰小镇

近年来，陕西省洛南县玫瑰小镇按照“公司+基地+农户”的方式，围绕玫瑰花海主题，兴建木屋风情酒店、水上乐园、涂鸦艺术村等旅游体验项目，实现了由单一的农业生产到休闲式农业体验的转变。图为游人在玫瑰小镇玫瑰园里观赏盛开的鲜花。
新华社记者 陶 明摄