

人民日报

海外版

庆祝中华人民共和国成立70周年

特别报道



## 消费篇

本期统筹：白天亮  
责任编辑：李婕 杨俊峰 孔德晨  
版式设计：潘旭涛

# 消费，让中国人生活更美好

李婕

老旧的电风扇，生锈的煤球炉，缺罩的洋油灯，脱底的搪瓷盆，过年时自行车上晃悠着年货，清脆的铃声一路叮当……这一件件、一幕幕，带着深深的岁月斑驳，印在许多中国人的脑海里。

衣、食、住、行、用、购、娱，消费的方方面面构成了人们物质生活的基本面貌。以今天的眼光来看，消费是个性的选择、多元化的体现，但放在70年的时间轴上，它是一杆无比生动的标尺，衡量着中国人的生活如何“芝麻开花节节高”。

借消费之眼，可以看到千万中国家庭的生活变迁。

那是从生存到发展的跳跃——

粮票、布票、肉票、鱼票、油票、豆腐票、副食本、工业券，哪一样不是与生存息息相关？新中国成立初期，中国人民还在努力摆脱忍饥挨饿、缺吃少穿的情形，商品消费也主要以满足吃、穿等基本需求为主。1978年，全国居民恩格尔系数仍高达60%以上。然而，到2018年，这一指标已下降到28.4%，人们的消费更多从吃穿转移到反映消费升级趋势的耐用品

上。冰箱、洗衣机、空调等白色家电快速普及，以手机、计算机为代表的信息产品从无到有，小汽车驶入更多普通人家。跃过生存的温饱线，消费在小康路上畅快前行。

那是从物质到精神的进阶——

随着物质生活日渐丰裕，人们将消费的眼光投向精神文化领域。看精品演出、画作展览、时装表演；“刷”美术馆、博物馆；“打卡”亲子游、全家行；“抱团”学技艺、赏非遗……各类“文化大餐”“体验消费”成为新时髦。一些“小数据”很有代表性：新中国成立之初，全国书店不到3000家，如今书店超过20万家；2018年全国电影总票房超过600亿元，比1991年增长25倍以上。井喷的需求之下，更多文化娱乐、教育培训、游学旅行等消费热点还在孕育当中，精神消费成为消费新航道。

那是从标准到个性的释放——

款式单一、颜色相近，这是新中国初期市场供应全面紧张时人们的衣着景象。不仅仅是服装，由于供

给能力不足，吃穿用度的品类谈不上多样，人们的消费选择也往往趋同。70年发展迎来消费市场的极大繁荣，社会商品选择日益丰富多样，消费成为今天年轻人个性表达的方式。早些年间还总有“爆款”出现，如今私人定制、小众品牌备受欢迎，差异化、个性化成为许多品牌的制胜法宝。供应充足、商品琳琅满目、百姓生活日益富足，消费迎来了百花绽放的春天。

消费的崛起不是凭空而来。如果将它比作一枚硬币，一面是购买联结家庭，另一面则是供给聚合着千千万万的生产商。蓬勃发展的消费背后，不能忘记中国生产、制造、设计、研发的功力提升，迎来“新国货”以品质闪亮登场；不能忘记开放、引进、合作的脚步加快，更多进口货助力实现“买全球”。

消费更有其特殊性。一头牵动百姓生活，另一头拉着经济大势。随着近14亿人的生活奔腾向前，消费积蓄起巨大能量。2018年最终消费支出对国内生产总值增长的贡献率达到76.2%，消费成为保持经济平稳

运行的“稳定器”和“压舱石”。

更智能、更便捷、更绿色、更健康……随着供需两端齐发力，未来消费还将助力更好的生活；随着中等收入群体不断壮大，海一般的中国市场潜力将不断释放。我们有理由相信，消费升级大潮将助力中国经济稳健前行！

左上图：8月2日举行的第17届中国国际数码互动娱乐展览会上，年轻人自拍留念。

新华社记者 陶明摄

左下图：2019中国品牌日活动现场，上海老字号“龙凤旗袍”体验区的沉浸式展演。

杨建正摄（人民视觉）

右上图：市民在吉林省长春市南关一家农贸市场选购水果。

新华社记者 张楠摄

右下图：第59届柏林国际消费电子展上的海尔公司展区。

新华社记者 单宇琦摄