

一季度消费意愿调查报告显示 指数回升市场回暖 结构趋优信心趋增

■中国城市报记者 王楠

近日,中国中小商业企业协会与立信(重庆)数据科技股份有限公司研究院(以下简称立信数据研究院)联合发布《2025年一季度中国消费者消费意愿调查报告》(以下简称《报告》)。

据了解,《报告》由中国中小商业企业协会与立信数据研究院组建的调查项目团队编制。4月初,该团队完成了覆盖全国一线至四线城市及农村地区的全面调查,共收集5000个消费者的有效样本。

调查结果显示,今年一季度我国消费意愿指数回升至121.5,高于景气临界值100;与去年四季度相比,当前消费意愿指数上升2.1点,显示出消费市场逐步回暖的迹象。

政策联动激发市场活力

中国中小商业企业协会执行会长任兴磊在接受中国城市报记者采访时表示,年初以来,各地多措并举促进消费,除加大对消费品以旧换新政策的支持力度外,还积极推动夜经济的发展,丰富夜间消费业态,延长消费时间。同时,一些地方的文旅、商务部门通过发放消费券、举办特色消费节庆活动、优化商业布局和营商环境等举措,进一步激发市场活力,为全年促消费目标的实现奠定基础。

中国城市报记者注意到,在消费意愿方面,《报告》显示,25.9%的消费者认为家庭当前消费意愿“比较强”,58.6%认为“不强不弱”,15.5%认为“比较弱”;消费意愿强度指数为110.4,比前一季度上升2.2点,但比去年同期下降6.3点;39.6%的消费者预计一年后家庭消费支出“会增加”,45.6%认为“会保持不变”,14.8%认为“会减少”。

如何理解这些数据背后的意义?任兴磊表示,消费者衣食住行基本需求的变化是影响消费意愿强弱的关键因素,而消费意愿的强弱则直接决定了这些需求能否得到有效满足,以及市场消费活力的释放程度。“调查期间,我们发现消费者未来预期整体乐观,但‘净变好’的比重较去年同期有所下降,且城乡消费者之间的预期差距在扩大。这表示尽管市场有所回暖,但消费者信心尚未完全恢复,尤其是

农村和低收入群体的信心恢复仍需时日。”他说。

围绕衣食住行的具体消费趋势,任兴磊称,政府出台的促进消费措施对提振消费者消费信心起到一定作用,但在服装、餐饮和汽车消费方面,消费者依然表现出谨慎态度——服装购买意愿略有下降,餐饮消费受家庭自制餐食增加的影响而承压,汽车消费则在经历峰值后波动下降。此外,随着房地产市场止跌回稳政策的持续推进,认为房地产市场出现积极变化的消费者比重持续上升,可见政策成效已初步显现。

任兴磊建议,面对消费者信心的波动、消费趋势的分化以及市场竞争加剧的挑战,政府和企业需携手合作,通过精准施策、优化供给、提升服务等举措,共同推动消费市场的持续繁荣和高质量发展。

三大因素影响消费意愿

“《报告》还显示出一些现象,值得注意。”立信数据研究院院长潘建成在接受中国城市报记者采访时说,“消费者预期虽回升但同比降幅明显,稳预期仍至关重要;不同年龄人群消费意愿差异显著,老年人口消费潜力巨大但需关注其健康与医疗支出;消费者对价格敏感,‘内卷式’降价促销现象普遍,对经济健康发展不利。”

对此,潘建成建议各地政府精准把握并调整政策导向和资源配置策略:一是采取非常规手段加大宏观政策扩张

力度,尤其是财政政策,如增加债券发行、扩大赤字比率,保持股市楼市稳定;二是充分发挥体制性优势和国有资产资源优势,拓宽财政政策空间;三是关注老年人口消费潜力,提供更多休闲康养、文化娱乐、文旅项目等服务性消费;四是加强市场监管,引导企业实施差异化品牌战略;五是积极配合中央宏观调控政策,将有限财力用于促进楼市稳定、改善民生社保、完善营商环境、促进民营经济发展;六是坚决打破地方保护主义,共同建设全国统一大市场。

中国城市报记者查阅《报告》时,发现三个影响消费者消费意愿的关键词,分别是“收入”“就业”“社会保障”。潘建成解释称,调查中的“收入”指广义收入,包括居民的存量财富等。收入增加,让消费者“能消费”;完善社保,让消费者“敢消费”——这两者都非常重要。“地方政府首先要稳经济、稳就业、稳外贸,持续改善营商环境,尤其是法治环境,为民营企业营造宽松氛围。同时,持续推进以医疗、养老为主的社会保障体系的完善,使消费者减少后顾之忧,促进消费潜力释放。”潘建成说。

文旅产业激活消费潜力

《报告》对城乡消费者消费意愿指数作了细分调查,其中,城市消费者指数值(123.1)高于农村消费者(112.4);一线城市消费者消费意愿指数(129.3),高于二线(123.4)、三线(122.8)和四

线(119.2)城市消费者。

基于这一数据结果,任兴磊提出,在推动农村消费增长的过程中,有关部门需采取精准有效的措施。一方面,同步完善农村社会保障体系与改善消费环境,以此提升农村居民的消费能力和信心;另一方面,围绕乡村旅游策划推出相关举措,以释放农村消费潜力,促进农村经济蓬勃发展。

“文旅产业是激活消费潜力的重要增长点,二、三、四线城市消费指数较高,很重要的一方面原因与文旅产业的发展密切相关。对于乡村地区而言,如果应对得当,旅游亦有望成为推进乡村全面振兴的新引擎。”潘建成分析说,“换个角度看,当前消费者整体旅游需求虽强劲,却并不意味着任何旅游项目都能吸引游客。有关部门需要深入研究游客旅游消费行为的发展变化,并积极顺应这种趋势,有针对性地推出具有本地特色、差异化的旅游品牌,以避免同质化竞争。此外,由于旅游具有集聚特征,发展旅游往往需要形成产业集聚,才能产生规模效应,从而更有效地吸引游客。”

值得注意的是,餐饮业融合文旅元素以推动消费者提升消费意愿的方式也日趋多样化。如四川海底捞餐饮股份有限公司(以下简称海底捞)捕捉春日文旅经济消费新趋势的“破局密钥”,推出“露营+火锅”“花海用餐”等创新场景。海底捞相关负责人向中国城市报记者透露,入春以来,陕西省汉中市海底捞油菜

花田店依托“花期经济”,周末单日接待量突破800人次;江苏省常州市海底捞露营店节假日席位提前一周告罄;北京市首家海底捞山林露营店开业首日即吸引200余名消费者打卡……这些案例彰显创新融合带来的强大消费吸引力。

民宿行业在文旅消费领域亦占据着重要地位。广东省民宿行业协会首届执行会长朱清华在接受中国城市报记者采访时说:“《报告》提到,消费者旅游消费的需求强劲,特别是高收入群体对旅游支出的预算较高。旅游需求与收入成正比,这凸显了消费结构升级的趋势。在此背景下,民宿业也随着消费市场的整体回暖和政府的有力推动,迎来新的发展契机。”

朱清华建议,民宿企业应积极采取以下举措来提升自身竞争力:第一,深度参与地方民宿行业发展战略规划制定,精准明确自身发展方向与目标,从而更契合消费市场的动态需求;第二,充分借助各地政府出台的财政补贴、税收优惠等政策红利,有效降低运营成本,增强盈利能力,为消费者提供更具性价比的住宿选择;第三,着力加强人才培养与引进工作,全面提升服务品质与创新能力,以更好地满足消费者对于高品质民宿体验的多元需求;第四,加大宣传推广力度,通过积极参与或举办各类旅游节庆活动、推动旅游品牌建设等方式,提高自身在消费市场的知名度和美誉度,吸引更多游客前来入住消费。



2025上海国际车展: 直播“卖车”拉动汽车消费

目前,第二十一届上海国际汽车工业展览会正在国家会展中心(上海)展出。展台上,车企销售人员化身“带货主播”,将传统车展转化为“云端”营销场景,为拉动汽车消费开辟新路径。本届车展将持续至5月2日。

中新社记者 张亨伟摄