

新发展格局下 消费升级正当时

消费方式的革新正在丰富和提升消费者对消费品生产设计的参与权、对消费过程的选择权以及对社会生产各环节的话语权。

文 | 刘慧



“十四五”规划提出要顺应居民消费升级趋势，把扩大消费同改善人民生活品质结合起来，促进消费向绿色、健康、安全发展，稳步提高居民消费水平。随着中国经济进入高质量发展阶段，中国也已逐步迈入一个体现消费者高品质生活的消费全面升级的新时代。双循环新发展格局下的消费升级不仅仅是消费结构的升级，还包括消费内容、消费方式以及消费位势的升级，是体现创新、协调、绿色、开放、共享新发展理念的消费升级。

消费升级新特征

新时代的消费升级具有新的特征。

首先，是以消费者为主导。

现代经济学认为，拉动国民经济增长的三驾马车在不同时期、不同环境下，地位是不同的，也就是存在着上位与下位的区别。在投资和出口分别作为拉动经济的主要动力时，消费只是处于从属地位；而在投资、出口难以拉动经济增长时，消费则会“升帐挂帅”，成为拉动经济增长的主要动力。

双循环新发展格局下，消费已经成为经济增长的主要引擎，经济增长方式从生产主导（生产什么就消费什么）转向消费主导（消费者需求为导向，需求什么就生产什么）。新一代技术革命背景下，消费升级正在倒逼供给端的自我革新和复合式升级，从而推动我国经济高质量发展。

其次，是消费结构的分层次优化升级。

我国地缘辽阔，区域、城乡发展不均衡，以及经济的快速增长都决定了我国消费结构的升级必然是分层次的。总体来看，我国的消费结构优化升级主要体现为恩格尔系数的不断下降、传统的物质消费占比下降和服务消费占比

我国虽然已经进入个性化、品质化的消费阶段，但消费结构还是呈现出分层次、多元化的特点。

不断上升。

中国的消费结构升级，目前正处于以追求品质为主的更高阶的消费结构缓慢升级阶段。

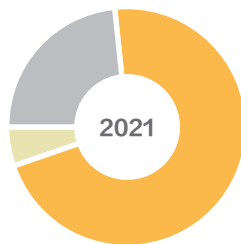
我国虽然已经进入个性化、品质化的消费阶段，但消费结构还是呈现出分层次、多元化的特点。例如一线城市已经进入以追求“精神享受”为主的高品质、个性化生活的消费升级阶段，三四线城市正处于物质消费为主向“享受型”“发展型”消费过渡的消费升级阶段，而农村地区仍处于以物质消费升级为主的阶段，这也是深耕农村地区的“拼多多”能够突围的重要因素。

再次，是消费方式不断创新。

消费升级的另一个重要表现是消费方式随着生产方式和交换方式的改进不断与时俱进。中国改革开放以来的消费方式大致沿着“传统的线下消费—线上线下消费并存但较为独立—线上线下消费融合”的方向发展。

在人工智能、大数据、物联网等新一代信息技术的带动下，尤其是新冠肺炎疫情对传统消费造成了冲击，催生出“线上消费”“线上旅游”“无接触售货”“消费社交化”等新型

中国网民在“双十一”购物的态度



71.3% ● 理性消费
5.2% ● 野性消费
23.5% ● 不确定

> 资料来源：iiMedia Research

消费方式。

以往线上消费只能借助移动手机端或者智能电视端实现；未来，万物互联，基于数字家庭所有的智能终端（冰箱、洗衣机、餐桌、衣柜等）都将成爲消费工具，消费方式将发生质的变化。消费方式的革新正在丰富和提升消费者对消费品生产设计的参与权、对消费过程的选择权以及对社会生产各环节的话语权。

最后，是消费观念的变革。

消费升级通常会伴随消费热点出现。电商平台的迅速发展，创造出“双十一”这个几乎人人参与的消费节，也使之一度成爲消费热点，但从“双十一”这几年的参与情况可以看出，消费者已经基本完成了从最初非理性的“剁手”“买买买”到现在秉持理性、追求品质的消费观念的转变。随着消费者对自身需求认识水平的提高以及对消费对象认知能力的提升，健康消费、科学消费、绿色消费、理性消费、品质消费已经成爲新时代——尤其是后疫情时代——的消费新风尚。

消费升级优化的路径

中国的消费升级空间巨大，具体来说，有如下几种路径值得探索。

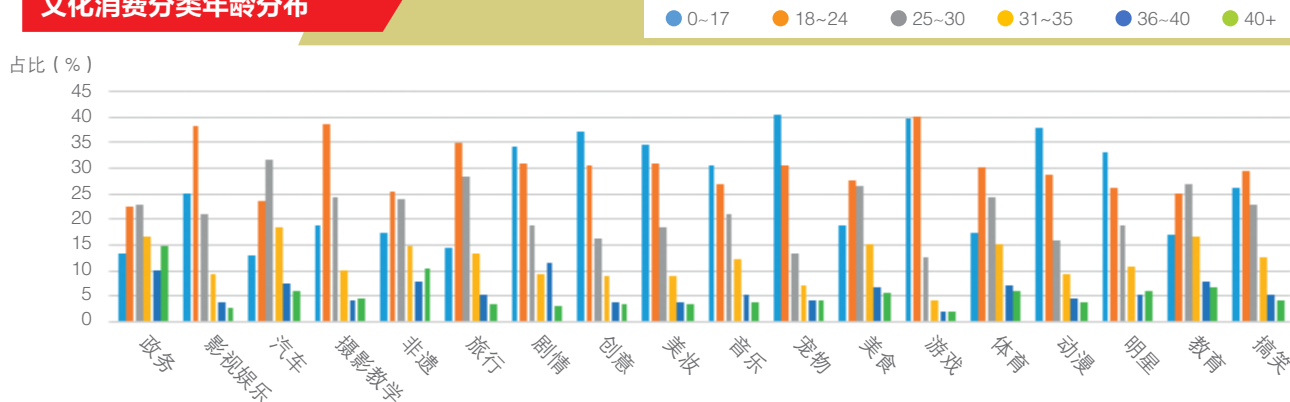
第一是培育新型消费。

可以培育新零售业态。打通消费与生产、流通、分配的痛点和堵点，拓展“智慧超市”“智慧书店”“智慧餐厅”等无接触式零售模式。发展直播电商等新营销，通过“品效合一”推动线上线下深度融合。

可以着重发展新型服务消费。利用物联网、云计算、大数据、移动通信、人工智能等新一代信息技术，发展数字驱动的新型潜在需求，特别是养老、健康、旅游、体育、文化等方面大有可为。

可以推动基于数字家庭的新型消费。利用DNA标记、射频识别技术（RFID）等技术协同推进供应链要素数据化和数据要素供应链化，实现系统平台及家居产品的互联互通，以实现“在家，世界触手可及；在外，家庭近在

文化消费分类年龄分布



咫尺”的新消费场景。

第二是发展公共消费。

公共消费创新能够带动新型消费，从而促进消费的全面发展。公共消费具有再分配效应，能够增加在教育、医疗、社保和就业等方面的公共支出，提升民生公共服务的质量，释放个人潜在消费需求。要扩展公共消费设施，增加对污染治理和生态环境保护方面的公共投资，以提升公共消费水平。此外，还需突破政府部门之间，以及政府、社区、公共服务机构与企业间的数据壁垒，实现不同行业、企业、社区、公共服务机构的数据联通、整合，为宏观调控决策提供数据动态监测和分析辅助，打破公共资源的时空限制，提升公共服务效率，从而有效增加公共消费。

第三是加快文化产业创新发展。

文化消费的提升已经成为消费升级的重要体现。文化消费也日益成为年轻群体的生活必需性消费。凭借5G、VR/AR等数字技术，向消费者提供沉浸式娱乐、智慧旅游等新文化产品和服务，通过多元化、个性化的文化产品和服务的供给，实现人与货的精准匹配，探索“文化+”“+文化”等新型文化产品和服务，以满足差异化的代际文化消费需求，从而推动消费结构的优化升级。

另外，借力科技赋能，有利于发展非遗等高端文化产品的供给。现在越来越多的群体对非遗的内容感兴趣，非遗也在借助新媒体、新技术的传播力量，拓宽其传播和展出渠道。通过优化非遗等文化产品和服务的质量，促进线上线下融合发展，推动互动型文化消费的发展，优化消费结构。

第四是提升居民消费体验。

一要塑造新消费品牌。品牌的两边连接着生产和消费，消费是品牌确认的最终环节。可以看到，“90后”越来越关注、认可并乐于消

费国产品牌。但本土消费品牌和产品的供需还存在缺口，国内企业要抓住这一机遇，实施品牌战略，重视自主品牌的开发及保护，塑造代表高品质的品牌形象，增强企业的核心竞争力，为年轻群体提供个性、丰富的产品或服务。二要建立产品和服务品牌与消费者之间的长期持续的关系。品牌是联系企业与消费的最重要的元素。以消费者为中心，在消费者和潜在消费者对产品和服务的认知、认可、认同过程中，利用社交网络、话题事件、移动电话等媒介进行个性化的引导，突出产品和服务的品牌价值，让消费者和潜在消费者参与到品牌建设中。三要加大消费便捷性。数字化是产业发展的大趋势，通过线上和线下的融合式发展，能够打破时空限制，让居民轻松获取消费服务，使产品和服务便捷高效、轻松触达。

数字化是产业发展的大趋势，通过线上和线下的融合式发展，能够打破时空限制，让居民轻松获取消费服务，使产品和服务便捷高效、轻松触达。

第五是倡导新消费理念。

实现高品质生活，需要观念先行。创新、协调、绿色、开放、共享的理念是优化消费升级，满足高品质生活的内在驱动。创新的消费理念能够引导消费方式和消费业态的创新，从供给端驱动产品和服务升级，从而满足居民个性化的消费需求；协调、绿色的消费理念是以人为本的消费理念，能够推动产品和服务供给质量的提升，满足居民高品质生活的要求，减少对自然环境的消耗和破坏，助推“双碳”目标的实现；开放的消费理念是国内国际双循环相互促进的重要体现，中国是全球最有潜力的消费市场，开放的消费理念能够满足居民多样化的消费需求，优化消费结构；共享的消费理念能够通过公共消费的发展缩小城乡、区域消费差距，推动居民消费持续升级。□

（作者系中国社会科学院商学院副教授、中国社会科学院大学品牌领导力研究中心主任）