



迎接党的十九大特刊



数读

消费持续发挥“稳定器”作用

新业态迅速壮大，传统实体零售加快转型

网络零售业态快速发展

截至2016年12月底，我国网络购物用户规模为**4.67亿人**，比2012年底增长**1.9倍**。2016年，我国网上零售市场规模突破**5万亿元**大关，稳居**世界第一**。



实体零售业态增长回暖

2016年，在限额以上企业中传统实体零售业态总体增长**7.8%**，增速比上年加快**2.3个百分点**。



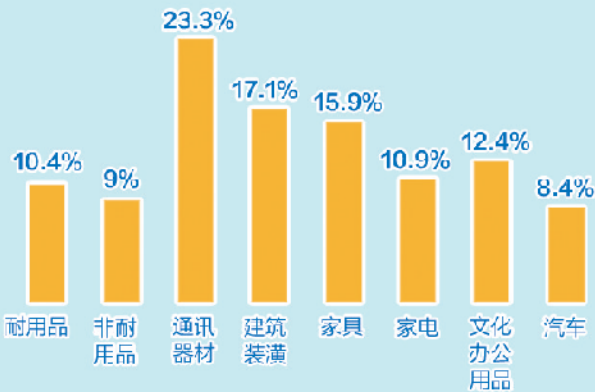
截至2015年底，全国共有商业综合体**1088家**，其中2014年、2015年全国新开业商业综合体合计为**373家**，占总数的**34.3%**。

2015年全国商业综合体全年总客流量**73.7亿人次**，全国商业综合体中商户实现销售额**5832.6亿元**。

消费结构持续升级，新兴消费不断涌现

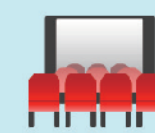
升级类商品销售良好

2013年至2016年，限额以上单位各类商品零售额年均增速



服务消费市场前景广阔

2016年，我国旅游总收入为**4.69万亿元**，比2012年增长**81%**。



2016年我国电影票房收入**457.4亿元**，比2012年增长**1.8倍**。

餐饮消费恢复两位数增长，增速由2013年的**9.2%**回升至2016年的**10.8%**。



上图 重庆咖啡交易中心是具有金融结算功能的咖啡要素市场和交易机构，目前咖啡类行业注册会员达180多家。图为一名来宾在重庆咖啡交易中心试闻咖啡。

新华社记者 才扬摄

下图 暑假期间，河北省衡水市桃城区丽景社区举办“体验民俗乐暑假”系列活动，一位小朋友在体验手工制作泥塑工艺品。

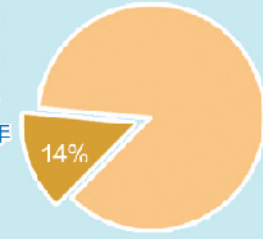
新华社记者 朱旭东摄



农村市场培育取得成效，区域市场结构不断优化

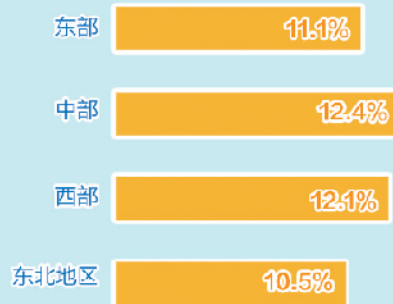
城乡消费市场差距缩小

2016年乡村消费品零售额占全国社会消费品零售总额的比重为**14%**，比2012年提高**0.6个百分点**。



中西部地区增长较快

2013年至2016年，社会消费品零售总额年均增速

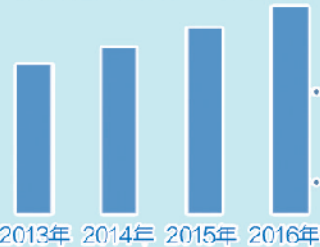


2016年，中、西部地区零售额占全国社会消费品零售总额的比重分别为**21.1%**和**18.5%**，比2012年提高**0.7**和**0.4**个百分点。

(本版数据来源于国家统计局网站)

消费品市场较快发展，消费基础性作用持续增强

2013年至2016年年均增速为**11.6%**，高于同期国内生产总值名义年均增速**3.3个百分点**。



2016年我国社会消费品零售总额为**33万亿元**。

2016年，最终消费支出占国内生产总值的比重为**53.6%**，比2012年提高**3.5个百分点**。



市场主体运营良好，消费环境持续改善

2016年批发零售业占国内生产总值比重为**9.5%**。

2015年末，限额以上批发和零售业法人企业数**18.3万家**，比2012年增加**4.4万家**。

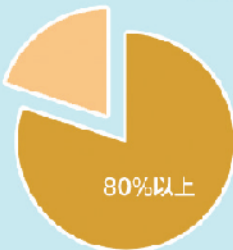
限额以上零售业企业**9.1万家**，年均增速**11.5%**。

限额以上批发业企业**9.2万家**，年均增速**8%**。



消费环境不断改善

党中央、国务院对于消费品质量标准、市场监管以及消费者权益保护等问题十分重视，国家有关部门作出了一系列部署和规划，对于提振消费者信心以及扩大内需发挥了重要作用。



我国消费品标准化和质量工作加快推进，现有消费品国家标准和已经备案的行业标准近**6000项**，消费品标准体系逐步建立。

其中家用电器、纺织服装、家具、玩具、鞋类产品等行业的国际标准转化率**达到80%以上**。

此外，强化质量安全监管，保障消费安全，加大对食品、药品等与广大人民群众生活息息相关的商品检验监管，严厉打击侵权假冒行为，大力推进肉菜和中药材等重要商品流通追溯体系的建设。在消费环境逐步改善的引领下，消费者信心有所提升。



这五年 最值得分享的事



王峥正在处理订单。 安之摄

网易考拉海购市场部王峥：

跨境电商成“正规军”

说起这5年跨境电商行业的变化，除了整个市场的快速发展外，最明显的感觉是行业的正规化和消费者行为的常态化。

5年前，跨境电商还主要以C2C（个人对个人）“代购”为主，伴随着2014年到2015年国家相关政策的出台，跨境电商行业开始出现自营商家，以B2C（商家对个人）方式提供给消费者更多优质商品。而伴随着2016年税改新政实施，跨境电商市场更加规范化，消费者的权益得到有效保障。

消费者方面也发生了很多变化。5年前他们最关心的“海淘”商品毫无疑问是奶粉，但现在包括日韩的美妆，欧洲的奢侈品、小家电都成为“爆款”商品。我认为这一变化是多方面因素促成的。一方面是更自信，消费者乐于

尝试更多的品牌，这点在快速消费品方面表现得十分明显。另一方面是更个性化，消费者对于商品的需求更加多元，以母婴为例，过去大家只关注奶粉和纸尿裤，而现在，针对婴幼儿的辅食、服饰、玩具以及保健品的销售正快速增长。

在这个过程中，跨境电商平台也获得成长。拿网易考拉来说，我们在行业里率先采用了入仓全检模式和恒温仓储，今年还在杭州区域实现海淘“当日达”，再次革新了跨境配送标准。

5年来，跨境电商从“游击队”成为“正规军”，消费者对于生活品质的认识、生活幸福感的认识也越来越成熟。

(本报记者 陈静整理)



砥砺奋进的5年

中国成就