

新型消费打开内需新空间

智库圆桌
(第16期·总66期)

近年来,在科技赋能和消费升级驱动下,依托互联网、云计算、人工智能等新技术的深化应用,新型消费蓬勃发展,对满足居民生活需要、释放消费潜力和促进经济平稳健康发展发挥了重要作用,已成为消费增长的新空间和经济发展的新动能。本期邀请专家围绕相关问题进行探讨。

主持人

经济日报社理论部主任、研究员 徐向梅

数字化智能化催生消费新业态

主持人:新型消费包括哪些业态及模式?新型消费有哪些区别于传统消费的典型特征?

王蕴(中国宏观经济研究院对外经济研究所副所长):新型消费是指不断适应居民消费升级趋势和方向,利用各类新技术实现供需、产销高效匹配,形成一系列新业态、新模式、新场景和新服务,从而有效满足消费者对更好产品和服务的需求,并促进消费高质量发展的各类消费的总称。新型消费不是一成不变,而是随着技术进步和经济社会发展水平变化而不断变化的。

新型消费具有明显的数字化、网络化和智能化特点,主要包括以下四类业态和模式。

一是网络购物等线上商品零售新业态。我国是世界最大的网络零售市场,网络购物已成为消费者的主要消费模式,截至2021年12月,我国网民规模达到10.32亿人,其中网购用户达到8.42亿人,占81.6%。“80后”“90后”网民群体网购使用率达93%,老年群体网络消费比例也在快速上升,52.1%的老年网民使用网络购物。直播带货、短视频销售和社交零售等新形式也在快速发展。

二是“互联网+服务”等线上服务新业态。在线健康医疗服务、在线文娱、在线健身、在线旅游等正成为消费恢复性增长的新动力和新空间。目前,全国已有1700余家互联网医院,远程医疗服务县(区、市)覆盖率达到90%以上。截至2021年12月,我国在线医疗用户规模达到2.98亿人,同比增长38.7%,成为用户规模增长最快的领域之一。云旅游、云赏剧、云看展等成为休闲娱乐消费新时尚。智能健身、云赛事、虚拟运动等新兴运动促进全民健身智慧化发展。

三是无接触式消费等新形式。疫情防控常态化背景下,消费安全性和便利性需求催生了智慧超市、智慧商店、智慧餐厅、智慧商圈等无接触式商业模式和业态的快速发展。地方政府通过加大5G网络商业应用覆盖等,积极鼓励智慧商业模式

主持人:2020年国务院办公厅印发《关于以新业态新模式引领新型消费加快发展的意见》,各地取得了哪些成效,有哪些经验值得推广借鉴?

关利欣(商务部国际贸易经济合作研究院流通与消费研究所副所长):顺应新业态新模式创新和居民消费升级趋势,各地积极培育新型消费,取得显著成效。

北京培育消费新模式,打造智慧新生活。培育壮大“互联网+”消费新模式。通过完善网络零售、“互联网+流通”、跨境电商等政策体系,2021年全市限额以上网上零售额同比增长19%,占社会消费品零售总额36.2%。推进生活性服务业规范化、连锁化、便利化、品牌化、特色化、智能化发展,每百万人拥有连锁便利店(社区超市)数量由2020年的282个增加到310个,推动130个便利店、书屋、药店进驻地铁站。开启数字化新生活,推动数字人民币落地冬奥场景40.3万个。

上海加强新型消费场景应用,培育数字商圈和直播电商基地,支持电商平台孵化网络消费品牌,举办数字生活节暨双品网购节、11直播月等活动,提升新消费品牌影响力。2021年,上海全球新品首发季发布近3000款新品,全年开设各类品牌首店1078家,其中全球首店和亚洲首店14家,集中推出121个引领性本土品牌,上海140余家老字号集中亮相中华老字号数字博物馆,90个上海网络消费品牌入围天猫TOP500新品牌。

广东推动线上线下消费有机融合,加快基础设施和载体建设,加大政策支持,提升发展环境,全面培育壮大新型消费。广东稳步推进5G网络、数据中心和工业互联网等基础设施建设,将5G产业作为促进数字经济和新型消费发展的重要抓手。2021年,广东省新建5G基站4.67万座,累计建成17万座,约占全国八分之一。2021年广东省社会消费品零售总额4.42万亿元,位居全国第一。网上零售消费保持两位数字增长,限额以上单位通过公共网络实现商品零售额增长22.5%。天津依托便利的天津港口贸

发展,如北京坊商圈打造全球首个“5G+虚拟现实”智慧商圈,实现商圈内三维实景步行导航。

四是平台型和共享型消费新业态。外卖配送、网约车、即时速递、共享住宿等新业态持续快速发展,助力释放消费潜力和提升生活品质。外卖配送提供了除在家做饭和堂食外的第三种餐饮消费选择,网约车为出行消费提供新方式。据统计,截至2021年12月,我国外卖用户规模已经达到5.44亿人,外卖占全国餐饮收入的比重约21.4%;网约车用户规模已达到4.53亿人。

新型消费契合了居民消费向发展型、享受型和品质型消费快速升级的趋势,与传统消费相比具有较强创新性、成长性和适配性,为中长期增长创造了新空间,具体体现在以下方面。

一是深度融合性。线上与线下、业态与场景的融合发展是新型消费的典型特征之一。线上下单和预订,线下体验和配送越来越普遍,线上线下融合消费日益成为主导消费模式。“文旅+购物”“文旅+康养”“娱乐+购物”等消费业态的跨界发展为消费者提供更丰富的选择。

二是配置高效性。新型消费通过促进生产与消费、供给与需求的更好匹配,实现消费资源的更高效配置。基于大数据,生产者可以及时响应消费需求新变化,营销、物流、支付等环节数字化推动供应链创新,使消费者需求得以有效满足。借助互联网,医疗资源可以实现跨时空优化配置,提

升医疗服务消费的优质、可及和便利化程度。

三是发展持续性。依托互联网和数字技术等,新型消费扩大了传统商品和服务消费可触达范围,有助于提升商品和服务使用价值、降低供给成本,既增加供给的丰富性、多样性,又促进消费可持续和高质量发展。如共享型消费,借助“互联网+”,随时随地、批量复制服务成为可能,扩大了消费规模,也提升了服务业生产效率。

四是循环畅通性。新型消费在促进生产、流通和消费的畅通循环方面具有更突出优势。网络购物、智慧零售等使需求数据可追踪、可预测,推动柔性供应链发展,生产品类、规模和市场空间之间的匹配度更高。快递配送、即时零售等有助于推动流通环节数字化、智能化升级,促进打通堵点、联接断点,提升流通效率。

2022年1月份至3月份

全国网上零售额

30120亿元
同比增长6.6%

其中

全国实物商品网上零售额

25257亿元
同比增长8.8%

占社会消费品零售总额的比重为

23.2%

对市场销售增长拉动超过1.5个百分点

数据来源:国家统计局

各地推出消费新场景新体验

动文旅商融合,形成天津特色主题消费地标。2021年,天津举办海河国际消费季,突出线上线下结合、商旅文融合,推出“游天津”系列活动,发布一批新品、开办一批首店、举办一批首展,优选传统老字号、特色产品,买全国、卖全国,体现“有节、有游、有展、有乐、有趣、有料”。

重庆全方位、全流程提升消费者购物体验,加快促进数字经济与生产生活深度融合,塑造巴渝文化特色消费场景。推进实体商业线上线下融合发展,2021年试点建设智慧商圈10个、智慧菜场30个。壮大“互联网+社会服务”消费新业态,发展网上商场(店)、网上超市、网上餐厅、云家政、云旅游等业态。推进电子商务进农村综合示范创建,2021年全市农村网络零售额增长30.6%。

此外,浙江、四川、云南、湖南等地也纷纷推出培育新型消费的行动方案,打造富有地方特色的消费场景,促进消费新业态新模式发展,激发消费市场潜力。

从各地培育新型消费发展的举措看,形成了几方面经验可供借鉴。

一是创新驱动与融合发展。深入实施创新驱动发展战略,推动技术、管理、商业模式等各类创新,加快培育新业态新模式,推动互联网和各类消费业态紧密融合,加快线上线下消费双向深度融合,深化商、旅、文、体等产业融合,促进新型消费蓬勃发展。二是加强新型消费基础设施和服务保障能力建设。加强信息网络基础设施建设,大力推动智能化技术集成创新应用,完善商贸流通基础设施网络,健全城乡现代商贸流通体系。三是优化新型消费发展环境。加强相关法规制度建设和政策支持力度,深化包容审慎和协同监管,健全服务标准体系,简化优化证照办理,强化财政支持、优化金融服务、完善劳动保障等政策。

大力度释放新型消费潜力

主持人:为加快释放新型消费潜力,下一步应如何打通制约消费的堵点,进一步促进新型消费发展?

依绍华(中国社会科学院财经战略研究院流通产业研究室主任):由于新型消费发展时间较短,发展速度较快,尤其是在技术、工艺、经营方式等方面有很多创新,难以避免与现行管理体制、法律制度不相符,或者存在一些法律空白或监管真空。为进一步促进新型消费发展,建议从以下4个方面着手。

第一,加大体制机制改革,创新政府服务方式。转变观念,由“管(理)”到“服(务)”,提高行政效率。全面推行“互联网+政务服务”模式,实现行政审批标准化,为企业提供便捷服务。全面实施市场准入负面清单制度,引导生产要素流向新业态新模式发展领域,促进生产方式转变,更加注重技术、工艺和功能提升,增加环保、智能、健康等方面高质量产品供给。

第二,深化税收金融制度改革,减轻企

业负担。优化税制结构,给予小微企业所得税优惠;全面清理规范政府性收费,适当调低“五险一金”缴费比例等,以“组合拳”方式进一步减轻企业负担,改善企业经营环境,促进新消费模式发展。在减税降费的同时,持续深化金融体制改革,使资金高效、自发进入具有发展前景的新兴领域,增强金融服务能力,完善金融服务体系。

第三,健全包容审慎的监管机制,拓展新型消费发展空间。一是以数字化、智能化治理方式,建立跨部门、跨地区数据共享平台和协同管理机制,提高现代化治理能力。二是根据新型消费特点,将监管重心与责任下沉,加大随机抽查频次,保障产品质量。加强服务质量监督,通过消费者事后评价机制给予评级或排名,以市场化手段实现优胜劣汰,提高新业态行业自律。三是加强大数据客户信息管理,强化数据安全。尽快完善相关法律,对消费者信息数据存储、应用过程和结果呈现等进行详细规定,避免消费者隐私数据泄露,保障信息安全。



主持人:新冠肺炎疫情冲击下,新型消费发挥了什么作用?新型消费对于构建新发展格局有何意义?

王微(国务院发展研究中心市场经济研究所所长):在新冠肺炎疫情反复冲击、国外环境复杂多变的背景下,新型消费是促进消费扩容和引领消费创新的重要支撑,展现出创新升级的强劲动能,推动消费市场在分化重组中育新机。

一是线上消费总规模持续较快增长势头。2021年,全国网上零售额比上年增长14.1%,其中实物商品网上零售额同比增长12%,今年1月至3月,实物商品网上零售额同比增长8.8%,增速明显高于线下消费。

二是新国货和免税零售引领作用日益凸显。新国货对消费市场扩容的贡献更为突出,以快消品为例,新国货贡献了76%的市场增量,比国际品牌高52个百分点;国内免税政策创新加快,持续引导和吸引消费回流,今年春节假期期间,海南10家离岛免税店总销售额21.31亿元,同比增长151%。

三是数字化新型消费渠道加速线上线下消费深度交融。传统接触式线下消费渠道面对疫情反复冲击,主动拥抱互联网谋求数字化转型步伐进一步加快。以近年来创新比较活跃的鲜活农产品消费为例,形成了生鲜O2O、智慧菜场、社区团购等多样化数字化新渠道。例如,浙江省具备基础数字能力的“放心市场”已接近1100家,覆盖率超过50%,具备较高数字化水平的“智慧菜场”已建成114家,占全省5.3%。

四是新的消费增长极发展动能进一步增强。上海市、北京市、广州市、重庆市、天津市5个首批国际消费中心城市进一步发挥消费升级引领作用,率先带动消费复苏。都市圈和城市群成为消费实现新高地,长三角地区、粤港澳大湾区、京津冀城市群、成渝地区双城经济圈社会消费品零售总额在全国的占比分别达到24.2%、10.5%、7.9%、8.1%,合计超过50%,成为消费新高地和主战场。值得注意的是,近年来以县城为核心的县域消费不断提速,出现了新消费人群、新消费方式和新消费场景等新特征,在引领县域消费扩容升级,扩大农村消费中发挥着不可或缺的重要作用。

进入新发展阶段,我国经济增长的内外环境条件发生变化,加快构建新发展格局,正是把握未来发展主动权的战略性布局和先手棋。扩大内需是构建新发展格局的战略支点,关键在于增强消费对内需的主导作用和对投资的牵引拉动作用,要依靠有效投资满足并创造消费需求,实现消费和投资良性循环互促。

新型消费将成为重要的消费增长来源和创新驱动力,数字化和绿色化将成为新型消费最突出的特征。数字消费将持续赋能消费创新发展。数字技术的普及应用将进一步促进消费创新,丰富消费场景,优化消费体验,不断拓展新国货品牌、生鲜电商、智能设备、宅生活服务、下沉市场等消费增长新空间。绿色消费将持续促进消费转型和可持续发展。绿色消费有助于持续扩大消费市场规模,同时,通过普及绿色发展理念,有利于促进消费全生命周期绿色转型,孕育新的消费增长点。

第四,优化营商环境,激发新型消费发展动力。新型消费多由现有业态创新而来,且多处于发展初期,公平公正的营商环境将激发企业创新动力。一是要降低市场交易成本,消除企业市场进入与退出壁垒,保护公平交易、公平竞争。为更多新进入企业提供良好稳定的预期,促进新型企业发展,扩大新消费供给。二是强化对新型消费企业资质评价,借助第三方机构,对供给方资质提供背书或认证,确保其资格有效合法,包括从业资格、从业规范、从业人员等级等,并与时俱进,以动态性调整适应新业态发展。三是加大服务领域对外开放,为新消费发展提供助力。重点推进金融、教育、文化、医疗等服务领域开放,以开放加快推进服务领域新业态发展,优化服务产品供给结构,更好满足居民消费升级需求。四是完善知识产权保护及其配套制度体系,释放新消费潜能。新型消费涉及不同领域跨界融合,以不同类型、不同形式的知识产权整合为特征,容易造成侵权。应及时更新知识产权保护内容和范围,覆盖新出现的侵权现象和行为,提高侵权行为违法成本,激励更多企业加大研发力度,运用创新成果提升现实生产力,更好地激发新型消费潜能。