

物阜民丰 “要啥有啥”

本报记者 汪文正



买买买——进入暑期购物旺季，海南的各大免税店又迎来一波消费高峰。海口海关的数据显示，自去年7月1日海南离岛免税政策调整以来，一年的时间，离岛免税商品销售额同比增长两倍多，达到468亿元，化妆品、手表、首饰居销售额前三；购物人数682万人次，同比增长102%。

全面建成小康社会的画卷中，消费领域的巨大变迁是浓墨重彩的一笔。从自行车、手表、缝纫机和收音机“三转一响”，到汽车、手机、电脑“新三大件”；从百货商店、供销社门外的排队长龙，到各大电商平台连攀高峰的流量……商品极大丰富，消费结构升级，中国人的购物车一天比一天丰富。

拥有家用汽车就从16.9辆增加到35.3辆，计算机从48.9台增加到53.2台，移动电话从203.2部增加到253.2部。

旅游、观展、健身、看电影……中国人购物车里的商品和服务越来越多样，居民文化娱乐、医疗保健等方面的支出不断增加。

“小时候出门，动辄就是几十个小时的火车硬座，出县旅游能兴奋很久，出省更是少有机会。如今出门有飞机、高铁，即便是出国旅游也不稀奇。”30岁的广东驴友徐鹏，足迹已遍布国内各省市区，“现在的目标是‘打卡’国内所有5A级景区！”

随着消费结构升级，居民的精神文化需求得到充分满足。数据显示，从2013年到2019年，全国居民人均教育文化娱乐消费支出从不足1400元增长到2513元，人均医疗保健消费支出从912元增长到1902元，交通通信、其他用品及服务消费支出也有较大幅度增长。

关利欣表示，中国居民消费升级呈现多种特征。“一是消费对象结构升级，从食品、服装等商品消费到文化、旅游、健康等服务消费，从追求吃饱穿暖到追求品质品牌的升级。二是消费方式升级，从线下消费到线上消费，从单纯购物到享受体验的升级；三是消费理念的升级，从模仿式、排浪式消费向个性化、多样化消费转变，从奢侈浪费向理性成熟的升级；四是消费层次的升级，从物质需求向精神文化需求，从生存型消费到发展型、享受型消费的升级。”

买线上、买全球

深圳“90后”电子竞技爱好者王昊感慨，小时候常常为了买一款热门游戏的光碟，跑遍各大书店、百货商城，却常常扑个空。“现在想要购买哪一款正版游戏软件，只需登录各大平台，从下单、付费到下载、运行，不过几十分钟就搞定。”

云南的鲜切花、渤海湾的水产、黑龙江的大米……线上购物让消费者足不出户就买到放心商品。随着物流条件改善和电子商务的繁荣，中国网上消费零售额迅速增长。从2014年到2020年，全国网上零售额从不到2.8万亿元增长到11.76万亿元；全国实物商品网上零售额自2015年后连续多年保持20%以上高速增长，2020年超9.7万亿元。

中国消费者更将视线投向广阔的海外消费市场和优质的进口商品。免税店、跨境电商、线下购买、出国购物……2020年，中国跨境电商零售进口规模突破1000亿元大关。世界感叹：中国人正在“买全球”。

今年5月，首届中国国际消费品博览会在海南举行，来自70个国家和地区的1505家企业、2628个消费精品品牌参展，发布新品超过550个；各类采购商和观展商超3万人，进场观众约24万人次……这场盛会为中国消费者带来了五洲四海的优质消费品，也为世界各国提供了共享中国消费市场机遇的舞台。“本届消博会成果超预期！”海南省国际经济合作局局长韩圣健说。

中国消费引擎动力能更强劲。在消费、投资、出口拉动经济增长的“三驾马车”中，消费对经济增长的拉动作用愈发突出，自2014年起，最终消费支出对中国国内生产总值增长的贡献率连续多年保持在50%以上。消费已成为中国经济增长的第一驱动力、保持经济平稳运行的“稳定器”和“压舱石”。

“在全面建成小康社会的同时，中国已成为世界第一制造大国和第二消费大国，居民物质和文化消费发生了翻天覆地的变化。消费对经济发展的带动作用更加显著，在转变经济发展方式、促进产业结构调整、实现劳动力的再生产和人的全面发展中发挥着重要作用。”关利欣说。

关利欣认为，消费不仅已成为引导投资、牵引供给的重要力量，也成为促进形成强大国内市场的主要驱动力。“未来，在经济属性之外，消费的社会属性将进一步彰显。实现消费与生产流通、消费与社会、消费与环境之间的良性互动，已成为中国经济高质量发展的重要内容。”

规模不断扩大

盛夏的北京，年近七旬的于大爷带孙子去买冷饮消暑，眼前冰柜里的果汁、酸奶、茶饮料、碳酸汽水、运动饮品等各式饮料琳琅满目，让祖孙二人犯了“选择困难症”。“小时候盛夏，在小摊上喝碗酸梅汤就算奢侈一回了，哪想到现在有这么多种品可选。”于大爷说。

吃、喝、穿、住、行……品类更丰富、供给更充足，市场欣欣向荣，中国人的购物车早已告罄短缺，实现了“要啥有啥”。

生产力快速发展，社会消费品零售总额不断扩大。中国制造业增加值多年位居世界首位，220多种工业产品产量居世界第一。物质产品的丰富，使人民生活基本需求得到极大满足。1952年，中国社会消费品零售总额仅有276.8亿元。2019年，这一数字达到40.8万亿元。

城乡居民消费水平不断提高。国家统计局数据显示，改革开放以来，中国人均居民消费支出从1978年的183元上升到2019年的27563元；居民实际最终消费从1978年的1867亿元上升到2018年的406621亿元。

新冠疫情没能打断中国消费市场潜力的释放。今年上半年，在疫情防控形势总体稳定和居民收入持续恢复性增长的基础上，居民消费支出继续反弹。1—6月份，全国居民人均消费支出11471元，名义增长18.0%，扣除价格因素影响，实际增长17.4%。与2019年上半年相比，上半年居民人均消费支出两年平均名义增长5.4%，比一季度加快1.5个百分点。

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关利欣在接受本报记者采访时指出，收入不断增加是中国居民消费规模不断扩大的根本原因。

国家统计局的数据显示，我国城镇和农村居民人均可支配收入分别由1978年的343元、134元增至2018年的39251元和14617元。今年上半年，全国居民人均可支配收入17642元，同比名义增长12.6%。

“改革开放以来，我国居民可支配收入不断增长，人民生活由温饱走向富裕，并逐步实现小康。收入增加使城乡居民拥有的财富快速增长，居民消费规模不断扩大，消费结构优化升级，生活质量持续提高。消费增强了居民的获得感、幸福感、安全感，满足了居民走向全面小康过程中对美好生活的需要。”关利欣说。

“从前买东西，要么没钱买不起，要么有钱也买不到。现在孩子们收入都不错，我的退休金也年年上涨，喜欢什么就买什么。东西也丰富，不管是站在货架前，还是打开线上购物软件，经常挑花眼。”于大爷感叹。



消费者在江苏省连云港市连云区一家超市选购商品。
王春摄
(人民视觉)



江西省赣州市章贡区积极打造夜间经济示范点，组织特色街区、大型商业综合体举办多场夜间经济活动，提振消费信心，促进消费升级。
图为“33周末夜市”现场，家长正带着孩子体验彩绘雕塑。
胡江涛摄
(人民视觉)

消费结构持续升级

“老人总说‘好吃不过饺子’，现在的孩子对这句话难以理解。”哈尔滨市民高伟说，

“以前过年才吃饺子，肚子里能落点油水。如今顿顿吃肉，饺子就不是稀罕物了。”民以食为天。从温饱到小康，中国人从追求“吃得饱”走向“吃得好”。

在食品消费方面，中国城镇居民对食品的人均消费支出从1981年的420元增长到2020年的7881元。同时，中国居民肉禽蛋奶

消费量不断提高，2019年，全国居民人均消费肉类26.9千克、禽类9千克、奶类12.2千克、蛋类9.7千克。

在耐用消费品方面，2019年，全国居民平均每百户拥有冰箱100.9台、洗衣机96台、空调115.6台、彩色电视机120.6台。仅2013—2019年这6年间，全国居民平均每百户

身边的小康故事

牧区购物快 丰富又便捷

本报记者 贾丰丰

把牛羊赶到山上，清理完圈舍里外，家住青海省久治县白玉乡俄科村的牧民公保三肉回到家中。茶几上热气腾腾的羊肉面片、香辣可口的土豆炒肉，还有家人的欢声笑语，让他的疲惫瞬间消散……在阳光的洒照下，映射出一家人的幸福剪影。

“以前，因为地处偏远、交通不便，我们很少能吃到新鲜的蔬菜水果。我十六岁时才第一次见到香蕉。”公保三肉回忆道，“当时买东西很不方便，商店里货物种类也很少，大家平时主要以糌粑为主食，再加些曲拉和酥油，只有逢年过节才能饱饱地吃顿肉，饮食结构非常单一。”

近年来，当地政府把发展交通、改善物流条件作为改善民生的重要抓手，从而丰富牧区

群众的菜篮子、果盘子。“街面上的超市、饭馆、果蔬店多了起来，甚至有了汉堡、炸鸡等西餐，我们每隔两三天就去逛街。”公保三肉搓搓手，高兴地说：“全家的饮食习惯也发生了很大变化，顿顿有新鲜蔬菜，有时还涮个火锅，方便又美味。”

这两年，公保三肉学会了网购。小到衣服鞋子，大到家电家具，不少就是他网上“淘”来的。“指头轻轻一点就能下单，价格便宜、商品丰富，真不错！”前年，公保三肉入了党。“现在政府大力扶持农村电商。作为党员，咱要起带头作用，不仅让好东西进得来，也要让咱的土特产出得去，只有这样，乡亲们的生活才能像格桑花一样越开越美！”公保三肉说。

“品质消费离咱更近了”

罗静颖

“新开的这家港式茶餐厅氛围超级好，复制了香港70年代冰室风格，相当正宗……”当46岁的吴淑芳刷到这条短视频时，立刻被这家新店的风格和特色食品吸引，动了想要带女儿和老母亲一起去探店尝尝的念头。这不，几天后的周末，她们就齐聚在这家餐厅里。

这样的探店“打卡”早已不是第一次了。“这些年收入提高了，咱消费也随升级了。以前吃东西只求温饱，现在不仅要吃得营养丰富，我们还会时不时去网红餐厅打打卡、拍拍照，感受不一样的氛围。”吴淑芳笑着说道。

家住在湖北武汉的吴淑芳和丈夫工作稳定，可靠的经济来源和充足的闲暇时间，让他们一家的消费在这些年里节节攀升。说起最大的变化，她最突出的感受在“吃”和“住”。

吴淑芳记得，十多年前家庭经济并不宽裕，饭都是自

家做，生活过得去就行，鲜有下馆子的时候。“哪里像现在这样还会为享受服务而付费，日料、韩餐、火锅、自助，‘舌尖’挑剔了不少！”

2019年夏天，经过多年的积累，这家人从老式经济适用房换到了面积更大的商品房，住得更舒心了。“搬进新家，时兴的扫地机器人、智能音箱、网络电视等现代化智能设备都不能少。”吴淑芳直言，收入上去了，花钱底气更足了，消费也更讲究了。

“真的感觉生活越来越美好，幸福指数不断提升，品质化、多样化消费也离我们普通百姓越来越近了。”这些年的消费之变，让吴淑芳感触颇深。未来，一家人还想过更加“有闲、有趣”的生活。吴淑芳盘算好了，将来家里的休闲娱乐支出还要增加，计划一家人每年出去旅游一两次，冬天去南方，夏天去北方，感受祖国的大好河山。