

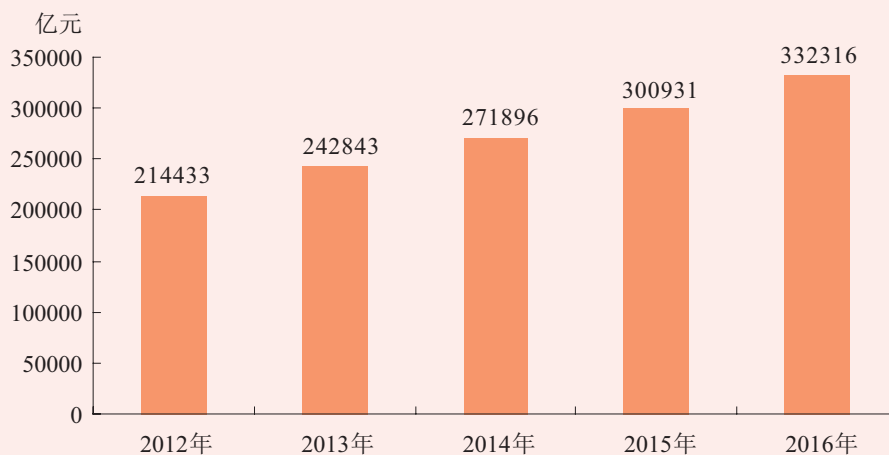
11 / 消费基础性作用不断增强 新业态新模式快速扩张

党的十八大以来，在以习近平同志为核心的党中央坚强领导下，各地区认真贯彻党中央、国务院决策部署，在深入推进供给侧结构性改革的同时，适度扩大总需求特别是消费需求，提升消费能力，完善消费政策，促进消费升级，着力增强经济增长的内生动力。五年来，我国消费品市场保持平稳较快增长，消费市场发展动力加快转换，从传统消费转向新型消费驱动，从商品消费转向服务消费驱动，消费对经济增长的基础性作用明显增强。

一、消费品市场较快发展，消费基础性作用持续增强

党的十八大以来，我国消费品市场稳定健康发展，总体规模不断扩大，增长速度持续保持在两位数。国内贸易市场业态结构、商品结构、区域结构调整不断优化，成为经济社会实现创新、协调、绿色、开放、共享发展的重要途径，在引导消费、扩大生产、改善民生等方面发挥了积极的作用。我国社会消费品零售总

图1 2012-2016年社会消费品零售总额



额由 2012 年的 21 万亿元增加到 2016 年的 33 万亿元，增长 55%；2013-2016 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。

消费成为经济增长的首要动力，消费驱动型发展模式初步形成。消费对经济增长的贡献率稳步提升，充分发挥了“稳定器”和“压舱石”作用。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；最终消费支出对经济增长的贡献率为 64.6%，比 2012 年提高 9.7 个百分点，高出同期资本形成总额贡献率 22.4 个百分点。

二、新业态迅速壮大，传统实体零售加快转型

“互联网+零售”成为大众创业、万众创新最具活力的领域之一，我国网络零售新业态持续快速增长，发展日趋成熟和完善，同时传统实体业态积极转型调整，线上线下加速融合发展。

（一）网络零售业态快速发展。

经过多年的市场培育和发展，网络购物用户数量大幅增加，网上零售市场交易额快速增长，市场地位明显提升，对拉动消费和促进消费结构升级起到了重要作用。从网购用户规模看，根据中国互联网络信息中心发布的统计报告显示，截至 2016 年 12 月底，我国网民规模达 7.31 亿人，互联网普及率达到 53.2%，

专栏一 网络零售引领消费升级

党的十八大以来，依托云计算、物联网、人工智能、大数据等新兴信息技术的迅猛发展，凭借推动实体经济转型、发展跨境电商、支持农村电商等一系列利好政策的持续发力，网络零售市场不断“升温”，其交易规模呈现高速增长的发展态势。以网络零售为代表的新业态已成为引领消费结构升级、培育经济增长新动能的重要抓手。

随着中国经济发展步入新常态，网络零售市场同样进入新常态。2013—2016 年，我国网络零售已从高速发展期步入市场成熟期。成熟阶段的网络零售发展表现出一些新趋势、新特点。

一是上下融合。阿里巴巴“联姻”苏宁、百联，京东“结盟”沃尔玛、永辉……在电商流量红利耗尽后时代的电商领军者与传统零售巨头正在加快“强强联手”的步伐，以进一步促进线上线下互动创新，大力推动零售业向全渠道发展，线上线下融合已成为新趋势。

二是内部优化。随着居民收入提高，消费结构也在加速升级。网购用户逐渐倾向于“商品+服务”消费，品质消费、绿色消费成热点，网络消费呈现个性化、高端化、智能化的新特点。

三是移动主导。2016 年天猫“双 11”当日成交额为 1207 亿，其中无线占比为 82%。由于无线端灵活、简单和便捷的特点，移动消费已占据主导地位。

四是市场细分。在“两超多强”^[1]的电商格局已定的背景下，网络零售市场进一步细化，农村、跨境、母婴和医药电商等细分领域成为推动网络零售发展的新蓝海。

注：[1] 目前我国电商格局日趋稳定，呈现“两超多强”的局面。两超是指阿里巴巴与京东两大巨头，多强的代表则有唯品会、苏宁易购、中粮我买网、当当网等零售平台。

超过全球平均水平 3.1 个百分点，比 2012 年底提高 11.1 个百分点。其中，网络购物用户规模为 4.67 亿人，比 2012 年底增长 1.9 倍，2013-2016 年年均增速为 17.8%；占网民的比重为 63.8%，比 2012 年底提高 20.9 个百分点。从市场交易规模看，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。其中，实物商品网上零售额 4.2 万亿元，增长 25.6%，增速高于同期社会消费品零售总额增速 15.2 个百分点，拉动社会消费品零售总额增速 3 个百分点左右；在社会消费品零售总额中所占比重为 12.6%，比上年提升 1.8 个百分点。根据网购用户专项调查结果显示，2016 年，网络交易额中占 20.6% 的部分是由互联网销售方式刺激所产生的新增消费。我国网上零售不仅在规模上稳居世界前列，在物流配送、商品种类以及商业模式创新上也创出了中国特色。

（二）实体零售业态增长回暖。

面对网上零售新兴业态、经营成本上升等方面的挑战，实体商业业态积极加快调整转型，不断推进业态创新融合，探索新的模式和新的增长点，近几年来实体零售业态增长总体呈恢复态势。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，扭转了 2012 年以来增速持续回落的态势。尤其是聚合了零售、餐饮、休闲养生、娱乐、文化、教育等多种服务功能的新商业模式——城市商业综合体呈现井喷式发展，吸引客流人数较多，市场销售增长较快。截至 2016 年底，全国共有商业综合体 1231 家，其中 2014 至 2016 年期间新开业商业综合体合计为 506 家，占总数的 41.1%。2016 年，全

专栏二 城市商业综合体带来新体验

随着城镇化建设的不断深入，在城市基本生活需求得到满足后，城市居民日益追求更高层次的消费体验。在这种情况下，融合了商业零售、餐饮、休闲养生、娱乐、文化、教育等多项城市主要功能活动，面向各类消费人群、提供综合性服务的新型商业模式——城市商业综合体得以迅速发展。2011 年以来，城市商业综合体迅速增加，每年新开业均超过百家。

作为一种新型的商业模式，城市商业综合体在提升城市形象、提高居民消费品质、便利生活配套服务和繁荣城市商业等方面发挥了十分重要的作用。与传统百货商场相比，城市商业综合体最主要的特征是体验式消费，即注重消费者在购物、就餐和享受服务时所带来的参与感，从视觉、听觉、触觉等方面给消费者不一样的感官体验。具体而言，主要有以下几方面的特点：一是新形象。近年来新建的城市商业综合体更加注重建筑设计风格，注重与城市形象的融合，某些城市商业综合体成为地标性建筑。二是新定位。城市商业综合体的功能定位更加多样化，不再仅仅是购物场所，而是社交活动场所、商务会谈场所、休闲娱乐场所、亲子活动场所等等。三是新业态。除零售业态外，城市商业综合体引进了更多的餐饮、服务业态，丰富了业态种类，在消费者购物的同时，为其提供更具特色的消费体验。

国商业综合体全年总客流量为 96.6 亿人次，增长 28%；平均到每个商业综合体，日均客流量为 2.1 万人次。2016 年，全国商业综合体中商户实现销售额（包括零售业商户销售额、餐饮业和其他服务业商户营业额）6308 亿元，增长 13.8%。

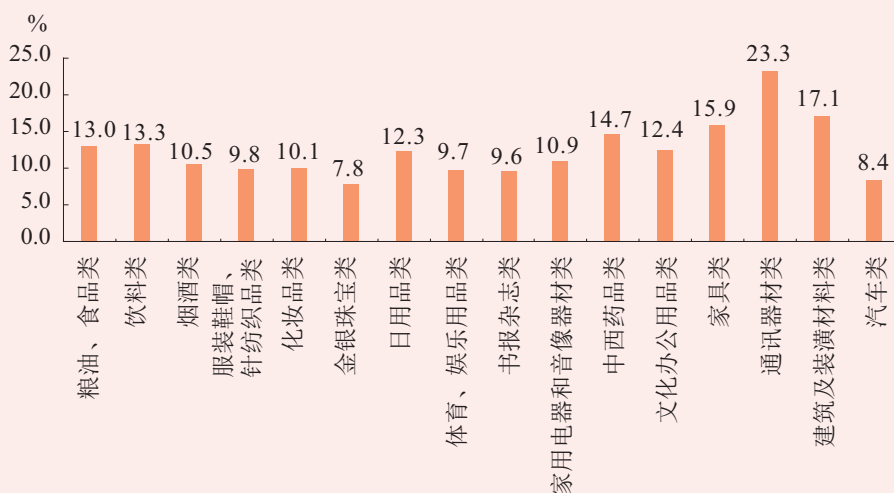
三、消费结构持续升级，新兴消费不断涌现

随着居民收入水平的持续提高以及消费观念的转变，消费结构不断改善，居民消费从注重量的满足向追求质的提升、从有形物质商品向更多服务消费转变。通讯器材、汽车、居住相关商品、文化用品等品质升级类商品销售旺盛，大众餐饮、文化娱乐、休闲旅游、教育培训、医疗卫生、健康养生等服务性消费成为新的消费热点，个性化、多样化消费渐成主流。

（一）升级类商品销售良好。

从市场销售的商品品类看，结构升级趋势明显。2013-2016 年，限额以上单位耐用用品类和非耐用用品类零售额年均增速分别为 10.4% 和 9%，耐用品类增速高于非耐用品类 1.4 个百分点。具体的消费热点主要集中在以下几大商品类别：一是伴随信息时代的飞速发展，信息消费高速增长。据工信部数据显示，2016 年，我国移动互联网流量消费 93.6 亿 G，比 2012 年增长 9.6 倍，2013-2016 年年均增速为 80.6%。同时，随着移动互联网应用普及的加快，通讯类商品销售持续较快增长。2013-2016 年，限额以上单位通讯器材类商品销售年均增速为 23.3%，高于同期社会消费品零售总额增速 11.7 个百分点，是各类商品中增长最快的。二是居民住房及其相关商品消费快速增长。2013-2016 年，限额以上单位建筑装潢类、家具类和家电类商品销售年均增速分别为 17.1%、15.9% 和 10.9%。三是文化相关类商品增长较快。2013-2016 年，限额以上单位文化办公用品类零售额年均增速为 12.4%。四是我国已进入大众消费新时代，汽车等耐用消费品越来越多进

图2 2013-2016年限额以上单位各类商品零售额年均增速



入普通家庭，升级型和环保型汽车成为市场销售的亮点。2013-2016年，限额以上单位汽车类零售额年均增速为8.4%。其中，升级型汽车SUV（运动型多用途乘用车）和环保型新能源汽车销售高速增长，据全国乘用车市场信息联席会数据，2016年SUV销量增长43.6%，远高于普通轿车增速；新能源汽车销售32万辆，增长84%；其中纯电动汽车销售24万辆，增长1.2倍。

（二）服务消费市场前景广阔。

近年来，人们对服务性消费的需求不断释放，休闲旅游、文化娱乐、大众餐饮等服务消费亮点纷呈。旅游、电影等娱乐休闲服务消费旺盛，尤其是旅游消费持续升温，居民出游方式多种多样，“小长假+年休假”拼假方式所占比例增加，周边游、短途游同样深受欢迎，亲子游、出国游学、海岛旅游、邮轮旅游等旅游产品备受人们青睐。据国家旅游局数据显示，2016年，我国旅游总收入为4.69万亿元，比2012年增长81%，2013-2016年年均增速为16%；其中，国内旅游人数为44.4亿人次，比2012年增长50.2%；国内旅游收入达3.94万亿元，比2012年增长73.5%。据国家新闻出版广电总局数据显示，2016年我国电影票房收入492.8亿元，比2012年增长1.4倍，2013-2016年年均增速为24%。国家鼓励发展大众化餐饮，优化大众化餐饮布局，支持大型餐饮企业建设主副食加工配送中心，发展标准化餐饮网点，培育了一批品牌化、连锁化经营的大众化餐饮企业，同时注重弘扬中华饮食文化，逐步形成业态互补、高中低档协调发展、中外餐饮融合促进的发展格局。随着餐饮业基本转型到位，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%，2013-2016年餐饮消费年均增速为10.4%。

专栏三 民宿快速发展

近年来，我国住宿业规模的增速稳中向缓，在其不断创新、结构优化的进程中，新兴业态的发展为住宿业转型升级注入了动力。作为住宿业结构调整的新业态之一，非标准化住宿的典型代表，民宿逐渐兴起。民宿较为宽泛的定义是个人或者机构利用空闲房间为旅客提供的住宿，相比传统住宿业更偏重于旅客的个性文化体验。据中国产业调研网报告显示，2015年我国民宿行业市场规模已达200亿人民币，数量超过4万家，并且从数量增加发展到质量提升，市场潜力巨大。

民宿迅猛发展，对整个住宿业发展带来的启示有：一是顺应国家政策，民宿的主要来源为农村与城市郊区的空闲房间，以此可以去库存、整合闲散资源，实现共享经济，并且将投资、消费和劳动力向农村引导，从而成为城乡协调发展的助力；二是适应消费需求，民宿的主要特点是突出个性文化体验，以此可以满足更多消费者的需求，并在供给侧进行改革来刺激消费，达到消费结构升级的目的；三是符合市场趋势，民宿的开发与营销均是在网络上进行，其行业发展壮大也依托互联网平台，而依托的本质是顺应“互联网+”经济社会发展新形态所带来的市场趋势，借国际民宿行业发展的势，走文化自信的道路。

四、农村市场培育取得成效，区域市场结构不断优化

在区域经济协调发展的带动下，消费市场区域结构持续优化，城乡消费市场差距进一步缩小，中西部地区所占比重逐步提高。

（一）城乡消费市场差距缩小。

多年来，党中央、国务院出台了一系列支农惠农政策，农村地区的交通、通信等基础设施建设加快推进，引导、鼓励流通企业向农村延伸网点，引进大型便利店和超市等，方便农村居民消费。同时，依托农村自身资源优势，大力发展农家乐等乡村休闲旅游，以旅游带动消费，深入实施电子商务进万村工程，加快农村电子商务服务网点建设，加快农产品网络销售体系，把农村的优质资源引向市场。这些政策措施的实施落地，提高了农民的购买能力和意愿，农村消费市场发展较快，城乡之间的消费差距不断缩小。2013-2016年，乡村消费品零售额年均增速为12.6%，高于城镇市场1.2个百分点。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。

（二）中西部地区增长较快。

我国积极推进实施区域发展总体战略，不断拓展开放型经济发展空间纵深，中西部地区基础设施和投资环境有了显著改善。同时，中西部地区发挥自身优势，依托“一带一路”建设带动作用，积极承接国际和沿海地区外资产业转移，取得了很大成绩。经济水平和商业基础设施的快速发展带动居民消费能力的提升和消费环境的优化，中西部消费市场继续保持较快增长。2013-2016年，东部、中部、西部、东北地区社会消费品零售总额年均增速分别为11.1%、12.4%、12.1%和10.5%。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。

五、市场主体运营良好，消费环境持续改善

作为流通市场的主体，批发和零售业企业自身内部经营稳步发展，配套的相关外部环境不断优化改善，对消费者信心有所提振。

（一）经营主体稳步增加。

从经营单位规模、吸纳就业以及综合贡献来看，流通领域市场主体自身发展良好。一是经营主体单位数增长较快，随着我国商事制度改革全面推进，营商环境明显改善市场主体活力得到激发。2016年末，限额以上批发和零售业法人企业数19.3万家，比2012年增加5.4万家，2013-2016年年均增速为8.6%。其中限上批发业企业数为9.5万家，年均增速为6.8%；限上零售业企业数为9.8万家，年均增速为10.5%。分企业登记注册类型看，2016年限上批发和零售业内资企业数18.6万家，占限上批发和零售业企业数的96.4%，年均增速为8.7%；港澳台商投资企业数为3480家，年均增速为11.6%；外商投资企业数为3475家，年均增速为2.2%。二是吸纳就业能力增强。2016年末限上批发和零售业企业年末从业人员1193.6万人，比

2012 年增加 208 万人，2013-2016 年年均增速为 4.9%。其中，限上批发业企业年末从业人员为 495.9 万人，年均增速为 4.8%；限上零售业企业年末从业人员为 697.7 万人，年均增速为 4.9%。三是行业综合贡献率提高。2016 年批发零售业不变价增加值比 2012 年增长 37.2%，2013-2016 年年均增速为 8.2%；批发零售业增加值占国内生产总值比重由 2012 年的 9.2% 上升至 2016 年的 9.5%。

（二）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，消费品质量国家监督检查合格率“十二五”期间增长了 1.8 个百分点。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影响下，消费者信心有所提升。

过去五年，我国消费市场发展取得巨大成就，但需要指出的是，受居民收入水平、消费能力、消费环境以及消费供给等方面因素的制约，我国消费潜力并未得到全面释放，尤其是满足新消费结构的商品和服务供给体系还不够完善。展望未来，我国消费市场仍蕴含着巨大的发展潜力和空间，只要加快供给侧结构性改革步伐，进一步提升消费者消费能力和意愿，进一步改善消费环境，消费市场规模有望继续保持平稳较快增长，新兴市场可望继续快速扩张，消费对经济增长的基础性作用将继续凸显，并成为中国经济动力版图中一道亮丽的风景线。

报告撰稿：刘旭玲

专栏撰稿：王月香 刘 洋 夏 欢



在上海开幕的亚洲消费电子展上，参观者在体验一款可用于驾驶学校培训与驾考模拟训练的汽车虚拟驾驶系统。（方喆 摄）