

关乎居民吃穿住行,涵盖餐饮、文体、购物、大宗商品、康养托育和社区服务领域

促消费六大场景“上新”

打造新生代潮流聚集地,发展线上“虚拟家居布置”等产品展示业务,探索社区、家庭互助等托育服务新模式……国家发展改革委等5部门近日联合发布《关于打造消费新场景培育消费新增长点的措施》(以下简称《措施》),围绕餐饮消费、文旅体育消费等6个方面制定一系列政策举措,加速推动消费场景应用升级和数字赋能,进一步培育和壮大消费新增长点。为何强调打造消费新场景?具体新在何处、怎样推进?

图为近日,市民在江苏省宿迁经济技术开发区黄河街道九鼎社区夜市品尝美食。据了解,江苏省宿迁经济技术开发区不断丰富夜间经济消费业态,着力打造集饮食、音乐、时尚、惠民等元素为一体的夜间消费市场。



人民视觉

顺应消费场景变化新趋势

到潮流店里自己组装一辆个性化自行车,喝杯咖啡的工夫顺手来一次“文物修复”体验,在充满怀旧元素的街巷看一场魔术脱口秀……如今的消费市场,“新玩法”越来越多。各式各样的消费新场景为啥受欢迎?业内人士分析,消费新场景是消费新业态、新模式、新产品的系统集成,例如在很火的体验式、潮流式消费,充分融合娱乐、策展、潮玩等内容,年轻人通过这种消费方式互动、沟通、分享,收获的不仅是一件商品、一次服务,还有更多的情感满足。

中国消费者协会5月底发布的报告显示,今年,除了追求性价比之外,情绪释放将成为影响年轻消费者选择的重要因素,也将是今后一个时期新的消费热点。本来生活平台7月5日发布的夏日鲜食消费报告称,当前的消费需求更精细,高频刚需转向“复合型需求”,健康饮食深入人心,“无负担”成为热销零食、饮料的热门选择。

“随着消费需求的转变,供给侧需要尽快跟上这一节奏。”首都经济贸易大学中国消费大数据研究院院长柳学信说,企业应该加快适应,引领发掘新的消费趋势;政策层面也得更多支持,包括针对相关方面的扶持、消费环境的优化等。

此次《措施》正是为顺应消费场景变化新趋势而推出。国家发展改革委就业司负责人表示,促进消费稳定增长,关键是要把蕴藏的巨大消费

潜力释放出来。消费新场景对促进消费提质升级、更好满足人民高品质生活具有重要意义。

从需求侧看,中国有全球规模最大的、成长性最好的中等收入群体,孕育着大量消费升级需求。围绕居民吃穿住行等传统实物消费和服务消费,培育一批智能绿色健康安全的消费新场景可以起到很好的引领示范作用。

从供给侧看,以消费升级为导向的产业升级正在提速,产业体系对智能化、共享化、网联化等新形态和新模式的支撑有望进一步增强。打造消费新场景有助于更好顺应消费场景变化新趋势,不断提升优质商品和服务供给,推动以高质量供给引领和创造市场新需求。

上述负责人表示,国家发展改革委研究出台《措施》,与已出台的消费专项支持举措形成合力,通过创新消费场景,拓展消费新需求,培育和壮大消费新增长点。

数字化、智能化成为焦点

打造消费新场景,重点从哪些方面发力?

《措施》聚焦6大类场景,包括餐饮消费、文旅体育消费、购物消费、大宗商品消费、健康养老托育消费和社区服务消费。

餐饮消费方面,发展细分领域是重点之一。“在这方面的相关举措中,首先是鼓励因地制宜挖掘地方特色美食资源。”诺安基金管理有限公司基金经理杨琨认为,中国地域辽阔、

民族众多,每个民族都有其独特的饮食文化和特色,很多食材也只有当地生产,具有独特的口味和营养价值。从实践来看,有的地方在特色美食推广力度上还需加强,从而带动当地旅游和特产销售。

《措施》提出,鼓励大型连锁餐饮下沉发展,发掘县域餐饮消费潜力。要提供高适配用餐服务,更好满足婴幼儿、孕产妇等人群多样化需求,推进餐饮与多业态融合发展。

文旅体育消费近年越来越火。一句“city不city啊”火遍社交媒体,上半年全国各口岸入境外国人同比增长超1.5倍,入境游热度攀升;国内年轻人“特种兵旅游”“小城热”“反向旅游”等旅游新方式越来越多,“村BA”“村超”持续火热。

如何更好满足这些消费需求?《措施》明确提出培育文旅体育消费新场景。深化旅游业态融合创新,积极发展冰雪旅游、海洋旅游等,推广“音乐+旅游”“演出+旅游”“赛事+旅游”等业态,鼓励发展旅游专列等旅游新产品。优化入境旅游产品和服务,提升入境旅游便利水平。推动城乡文旅提质增效,引导和扩大体育休闲消费,支持打造一批演艺新空间,开展“跟着赛事去旅行”等促消费品牌活动。

在各类消费中,数字化、智能化逐渐成为焦点。国家信息中心经济预测部研究员魏琪嘉认为,当前众多消费新场景均紧密关联着科技创新,这些新场景的出现,正是科技创新持续推进的必然产物,体现了科技创新对消费市场的深刻影响。

为此,《措施》提出了不少新举措:聚焦购物消费,鼓励用新技术拓展购物消费体验,建设和升级信息消费体验中心,推动信息消费示范城市建设。针对大宗商品消费,明确打造高阶智能驾驶新场景,推进室内全智能装配一体化和全屋智能物联,加大柔性屏、超级摄影、端侧大模型等软硬件功能开发。在健康养老托育消费和社区消费中,支持研发融合数字孪生、脑机交互等技术的医疗装备和健康用品,探索发展智慧社区,推动社区生活服务数字化、智能化发展。

消费需求有望得到进一步释放

打造消费新场景,政策层面的新措施加快落地,多地也在积极推进。

四川在促消费方面“新意”浓。通过加速数字化场景营造,成都春熙路商圈、交子公园商圈接入入选第一批、第二批全国示范智慧商圈;依托

打造本地特色消费品牌“蜀里安逸”,全省每年推出40个多元融合的消费新场景。

四川省商务厅副厅长陈友清介绍,去年四川推出成都东郊记忆、绵阳方特等首批40个消费新场景,拉动消费超过1000亿元。7月初,2024年40个“蜀里安逸”消费新场景对外发布,包括不夜天府、潮品嗨购、味美四川等多个类别。通过一系列举措,四川力争到2027年全省消费市场规模突破4万亿元。

许多人可能不知道,在北京,山区面积约占全市总面积的2/3,其中深山区面积约占山区面积的42%。北京正利用这一优势大力打造消费新场景。北京市商务局等8部门提出依托京东、京北、京西等深山浅山优质资源,完善道路、栈道等基础设施,丰富精品民宿、餐饮等消费配套,进一步培育提升徒步、骑行、露营、冰雪、农事体验等近山消费新场景。

“除了打造近山消费场景,我们还将重点培育街区、亲水、赛事、演艺、夜间、数字等消费场景,力争到2025年底推出50个左右示范案例。”北京市商务局有关负责人说,例如在演艺方面,北京表演团体多元,表演艺术团体超801家,演艺经纪机构超2000家。将完善演艺政策机制,构建演艺品牌矩阵,培育多元演艺空间,重点打造王府井戏剧谷、前门京味文化体验区、天桥现代演艺部落3个剧场群以及三里屯、南部、副中心3个特色演艺区,推动打造文旅深度融合的创新性驻场演出或体验场景。

随着各地推出越来越多消费新场景,消费需求有望得到进一步释放。多方分析认为,从国际经验看,当人均GDP迈过1万美元大关时,消费升级的进程会显著加快。中国有14亿多人口,人均GDP超过1.2万美元,随着人均GDP持续提升和中等收入群体扩大,消费升级步伐将进一步加快。此外,截至2023年末,中国乡村常住人口共计4.77亿人。随着农村消费环境改善、消费渠道完善,城乡消费市场融合水平不断提升,将带动优质消费品下乡及特色农产品进城,有助于释放农村消费潜力,持续拓展新的消费增长空间。

国家发展改革委表示,将鼓励各地总结打造消费新场景、培育消费新增长点的好经验好做法,加强央地同向发力,充分发挥先进地区、优秀企业的示范引领作用,引导形成积极消费预期。

(人民日报海外版)

足百姓的个性化、品质化和多样性需求,为暑期消费市场再添“一把火”。

热潮之下,文旅产业也迎来新的挑战。观察以往的案例,有游客满怀期待出发,却发现“想象很丰满,现实很骨感”;各地景区卖一样的工艺品,商业气过浓,文化味不足,最后只能沦为“到此一游”。其实,在对待文化旅游的问题上,最需提防的是心急。很多长盛不衰、风靡世界的文化旅游项目,背后往往有对文化品牌的敬畏,同时还有对服务细节的追求。对于各地来说,还需要日复一日的深耕,才能对得起知识和品位不断提升的消费者。

文旅消费是扩大内需的重要内容,也是消费升级的重要方向。政府搭台、市场唱戏,消费新场景不断涌现,相信今年的暑期消费市场必将更加红火。(中经)

我国消费市场步入新阶段

顺应升级趋势

海边踏浪、草原避暑、夜经济火热……暑期文旅热潮席卷全国,消费新动力强劲,市场持续升温。据国家信息中心最新发布显示,二季度我国消费、外贸、企业生产经营等多领域高频数据增幅显著,彰显出我国内需潜力巨大、外贸韧性增强及企业创新创造活力旺盛,映射出经济向好的强劲势头。

“今年以来,随着经济持续回升向好,居民的消费能力和消费意愿也逐步增强,消费活力得以不断释放。”国家信息中心经济预测部宏观经济研究室副主任邹蕴涵在接受采访时表示,传统消费领域如餐饮、汽车、家电等正经历转型升级,引领消费市场步入新阶段。

国家信息中心发布的数据显示,今年上半年线下消费热度指数同比增长10.5%,其中6月增速达到12.9%,延续了今年以来的稳步增长态势。同时,小商品市场经营热度指数上半年同比增长30.8%,其中6月增速更是高达32.4%,显示出小商品销售活力的总体旺盛。

在线上消费方面,国家信息中心生活服务消费热度指数二季度同比提高超过15%,休闲娱乐、住宿、旅游、餐饮业等消费热度指数较去年同期分别增长了36.7%、15.7%、12.4%、12.2%。其中,“尝鲜消费”、出游消费、演艺消费、体验式消费等领域表现尤为突出,县域消费活力也呈现出较快的增长态势。

为进一步激发消费潜力,国家发展改革委等部门此前联合发布了《关于打造消费新场景培育消费新增长点的措施》(以下简称《措施》),提出了17条具体任务举措,为消费市场的进一步壮大提供了坚实的政策保障。

新型消费在业态、模式等方面正加速革新,展现出蓬勃的发展势头,消费领域也因此正逐步构建起多重增长的新动力。邹蕴涵认为,《措施》不仅从需求端发力,以场景创新为核心,进一步激发消费热情和潜力;同时也从生产端发力,支持消费领域企业加快转型升级,更好地满足消费结构升级的需求,着力解决有效供给不足的问题。

新型消费顺应了居民消费升级的趋势,以其创新性、成长性和适配性,为经济中长期增长开辟了新领域。邹蕴涵表示,《措施》对于持续激发潜在消费、推动消费持续扩大具有重要意义,必将对当前消费恢复向好以及中长期消费更好发挥基础性作用产生积极影响。

展望下半年,广开首席产业研究院院长兼首席经济学家连平表示,《措施》为下半年各级政府制定促消费政策提供指引,暑假和国庆长假有望创造良好的服务消费场景。此外,去年下半年整体基数较低以及全国居民消费价格指数(CPI)和全国工业生产者出厂价格指数(PPPI)回暖将带动消费品价格提升,也会对消费进一步恢复带来推力。

(综文)

上半年美团“露营”主题餐饮团购相关订单量增长超216% 小帐篷支起餐饮消费新场景

“老板,再来10串羊肉串。”周六的夜晚,上海市青浦区淀山湖畔,一座座帐篷里欢声笑语和招呼声不绝。

“来了。”露营基地负责人施莉娜骑着自行车满场跑,“感觉车胎都要骑爆了。”施莉娜笑着说,“不过,这样的忙碌越多越好。”

近年来,露营成为年轻人的新生活方式,赏花、钓鱼、飞盘、桌游,丰富多样的活动和风景,吸引越来越多人走出城市、走入自然,不断释放消费新活力。

“露营好玩,做好饭好。”不少网友在网上分享露营经历,洗、切、串、烤……想要吃顿烧烤,一整套动作下来,天黑了还没吃上。

“创业前我做过调研,熟练运用整套装备的露营老手是少数,大部分是‘尝鲜’的新手。”施莉娜说,“因此,‘一站式吃喝玩乐’露营服务成为我创业的方向。”

深入行业后,施莉娜发现,现在的消费者既想玩得新,又想玩得好。“现在的消费者更倾向于现制现售的餐饮,对食材的口味、新鲜度、丰富度都要求很高。”施莉娜说,基地一般会根据第二天的客户数量提前下单,消费者到场前,她已经和同事搭好了架子、生好了炉子,“消费者来了就可以烤,免去自备装备、食材的麻烦。”

针对露营餐饮需求,不少餐饮企业抓住机会,提供户外休闲餐饮产品。盒马、叮咚、山姆等生鲜电商平台适时推出“露营套餐”,各类免洗免切的小海鲜、腌制好的牛羊肉手把串,正好满足了市场需求。不少餐厅推出了包含食材、预制菜、炊具、野餐垫等在内的半成品套餐,加热即食,可以通过外送等方式满足消费者需要。

“秘制鸡翅销量同比增长80%,小龙虾销量同比增长49%……”餐饮零售企业锅圈食汇相关负责人邱伟峻说,其中很大一部分流向了各地露营地。邱伟峻介绍,公司原本主营火锅食材用品,新增了露营食材用品,今年相关产品销售数据有了明显提升。“我们和许多露营地达成固定合作,还尝试做西式餐点,比如比萨、炸鸡,还有精酿啤酒,都和露营相关。”邱伟峻说。

作为餐饮消费新场景,露营也带动传统餐饮企业开辟新市场。

一到周末和节假日,海底捞露营地上海浦东航头店店长钱江涛就忙得脚不沾地,可同时容纳500人用餐、约6万平方米的场地几乎客满,至少提前一周才能订到位置。

“露营餐厅的菜式都是以套餐形式出售,有双人餐、四人餐和八人餐。”钱江涛说,“人均客单价比我们品牌其它店铺贵一些,但套餐还包含了全天的营位和围炉煮茶、篝火表演、飞盘、棋类等许多免费游乐项目,为餐饮增添了新体验,吸引了很多消费者。”

城市露营餐厅也随之兴起。去年以来,不少商场露台、建筑物的屋顶、小院,“摇身一变”成了露营主题餐厅。一个天幕、几把椅子,三五好友围炉烧烤,下班后放松一下……用产品、场景营造出露营氛围的餐厅,让消费者在工作日也能实现城市“野营”。

美团数据显示,今年上半年,上海用户主动搜索“城市露营餐厅”的搜索量同比增长超110%,在美团平台上线“露营”主题团购的餐饮商户数同比增长超50%,相关订单量增长超216%。(人民)

声音

增加优质产品供给 助“燃”暑期消费市场

近日,文化和旅游部举办2024年第二季度例行新闻发布会,介绍全国暑期文化和旅游消费季等有关情况。据初步统计,各地将在暑期举办超4000项约3.7万场次文旅消费活动,推出发放消费券、票价优惠、消费满减、折扣套餐等惠民措施,助“燃”暑期消费市场。

今年以来,从“冰雪经济”到“春日经济”,文旅消费“热辣滚烫”。以“五一”假期为例,全国国内旅游出游合计2.95亿人次,同比增长7.6%;国内游客出游总花费1668.9亿元,同比增长12.7%。甘肃、江苏、陕西等地将演艺、非遗、文化遗产、美食等元素与旅游融合,故宫博物院、三星堆博物馆、殷墟博物馆等热门博物馆客流持续保持高

位……神州大地上,“诗”和“远方”更好地联结,不仅给游客带来新体验,也为文旅市场创造新的增长点。

暑期是一年中最长跨度的旅游旺季,大中小学陆续放假,职工年休假也较为集中,人民群众文化和旅游消费需求旺盛。比如,有不少学子就选择通过“毕业旅行”来致敬青春。某在线旅游平台预订信息显示,“毕业旅行”搜索量迅速上升,“00后”群体在6月至8月的旅行预订量大幅度增长。所谓好马配好鞍,如此火热的消费需求,更需优质的产品供给来匹配。

一系列“夏日限定”活动在陆续开展:湖南推出多条避暑游路线,让游客尽享夏日特色美食、美景;四川推出特色玩法,探秘文化遗产、领略

巴蜀山水,邀请游客畅游一“夏”;江苏发出“夏天的邀约”,10条江苏省文博场馆研学游精品线路串联起各级各类大中小型博物馆,让游客在行走中感受江苏地域文明的魅力……改善消费条件,释放消费潜力,“有形之手”显现出重要作用。

近日,国家发展改革委等部门制定的《关于打造消费新场景培育消费新增长点的措施》对外发布。不论是“发展餐饮消费细分领域,鼓励因地制宜挖掘地方特色美食资源”,还是“推动城乡文旅提质增效,引导和扩大体育休闲消费”,抑或是“推动购物消费多元融合发展,打造商旅文体融合的新型消费空间”,当消费场景不断翻新、迭代、升级,无疑将更好地满