

消费日报

2024年9月19日
星期四
总第8780期
第5839期
今日8版

前8月全国实际使用外资超5800亿元

本报讯 商务部日前发布的数据显示,1至8月,全国新设立外商投资企业36968家,同比增长11.5%;实际使用外资金额5801.9亿元人民币。

从行业看,制造业实际使用外资1641亿元人民币;服务业实际使用外资4022.2亿元人民币;高技术制造业实际使用外资721.4亿元人民币,占全国实际使用外资的12.4%,较去年同期提高1.9个百分点;医疗仪器设备及仪器仪表制造业、专业技术服务业、计算机及办公设备制造业实际使用外资分别增长77.8%、43.4%和33.9%。

(综合)

版 ■ 国务院国有资产监督管理委员会举办 中国轻工业联合会主管主办 ■ 国内统一连续出版物号 CN 11-0057 ■ 代号 81-9 ■ 广告经营许可证:京丰工商广字第0054号

从277亿元到47万亿元

国内消费市场繁荣壮大

从新中国成立之初的票证供应、消费品调拨分配,到改革开放后商品供应逐步充裕,再到党的十八大以来消费需求不断升级,我国消费领域在过去75年间实现历史性跨越。

国家统计局数据显示,我国社会消费品零售总额由1952年的277亿元增加到2023年的47万亿元,消费市场规模扩大、结构优化,供给完善,流通体系质量效率不断提高,消费对经济增长的贡献显著增强。

规模扩大 结构优化

新中国成立之初,我国居民消费以满足吃、穿等基本生活需求为主。75年间,随着居民收入水平持续提高以及消费观念转变,居民消费从注重量的满足转向追求质的提升,由满足物质生活需要的实物消费向体现美好生活需要的服务消费转变,消费需求日益多元,消费结构不断升级优化。

国民经济持续快速增长,城乡居民收入大幅增加,为消费市场发展壮大提供了有力支撑。国家统计局数据显示,我国自2018年跃升成为全球第二大消费市场;社会消费品零售总额由1952年的277亿元增加到1978年的1559亿元,之后连续攀升,2023年社会消费品零售总额实现47万亿元,1953年至2023年年均增长11%。

随着人民生活持续改善,基本生活类商品消费比重逐步降低,汽车、家电等耐用消费品消费较快增长。2023年

末,全国居民每百户家用汽车拥有量为49.7辆,是2013年的2.9倍;当年限额以上单位汽车类商品零售额超过4.8万亿元,占社会消费品零售总额比重约为10%。

不断完善的供给激发居民多样化、品质化消费需求,以化妆品、通信器材、体育娱乐用品为代表的升级类消费快速增长。2023年,限额以上单位商品零售额中,化妆品类、通信器材类、体育娱乐用品类零售额分别为4142亿元、6814亿元和1186亿元,分别是2001年的26.9倍、93.6倍和21.1倍。近年来,随着生态环保理念日益深入人心,绿色低碳商品成为消费新时尚。

居民消费结构发生转变,服务消费需求不断释放。1998年至2023年,全国居民人均消费支出中,交通通信支出、教育文化娱乐支出、医疗保健支出年均分别增长15.1%、11.4%和10.3%,增速高于消费支出总体水平。

商贸流通效率提高

新中国成立初期,我国农副产品以统购统销为主,消费品实行调拨分配,市场供给处于紧张状态。改革开放以来,市场供求格局发生根本性改变,商品供应丰富充裕,较好地满足了居民多样的消费需求。如今,我国消费市场供给丰富多样,市场经营主体蓬勃发展,商贸流通效率不断提升。

据国家市场监督管理总局统计,

2023年,我国登记使用商品条码的消费品总量已近2亿种。随着居民服务消费需求持续释放,服务消费市场快速发展,文化娱乐、休闲旅游、健康养老等服务市场供给不断扩大。2023年末,租赁和商务服务业、文化体育和娱乐业、卫生和社会工作行业单位数分别超过470万家、90万家和30万家。

75年来,商贸流通体制改革持续深入,创新创业与经济社会发展深度融合,市场活力充分迸发,商贸流通业经营主体不断壮大。2023年末,我国批发和零售业法人单位超过1000万个,约为1952年的77倍,1953年至2023年年均增速超过6%。连锁企业规模不断扩大。2022年,全国连锁零售企业门店总数29.7万个,是2012年的1.5倍;实现商品销售额3.9万亿元。

进入21世纪,互联网、云计算和人工智能等新技术突飞猛进,助力网络购物、移动支付等新消费业态快速发展,网络购物成为消费市场的重要增长点。在新商业模式快速发展的同时,连锁化经营、商品交易市场等传统经营模式保持平稳发展,多层次流通网络体系构建日趋完善。

商贸企业数字化转型持续推进。新一代信息技术广泛应用,为商贸流通领域变革提供了技术保障。2023年,限额以上批发和零售业、住宿和餐饮业企业开展互联网业务的超过6万家,占限上企业的比重为13.2%,比2012年提高7.3个百分点。

区域联动 均衡发展

从新中国成立之初的“三线建设”,到改革开放的东部率先发展,再到上世纪90年代的西部大开发、中部崛起和东北老工业基地振兴,区域协调发展战略引领各地区发挥比较优势,推动消费市场发展平衡性不断提升。

随着城镇化逐步推进,城镇消费市场保持较快增长。农业农村发展取得历史性成就,农村居民生活水平和生活质量不断提高,农村市场流通状况极大改善,乡村消费市场发展步伐加快。

近年来,区域协调发展带动消费市场区域协调性不断增强。2023年,我国东、中、西部和东北地区消费品零售额分别为23.8万亿元、11.5万亿元、9.8万亿元和2万亿元。从各区域占比情况看,东部地区率先发展、充分发挥引领带动作用,中西部地区加快发展、后发优势明显,消费市场呈现总体均衡发展的态势。

进入新时代,除受新冠疫情影响严重的2020年和2022年外,最终消费支出对经济增长的贡献率均超过50%;特别是疫情防控平稳转段后的2023年,最终消费支出对经济增长的贡献率为82.5%。

75年来,我国消费领域发生历史性巨变,对满足人民日益增长的美好生活需要起到重要作用。未来随着扩大内需战略深入实施,消费将继续充分发挥对经济发展的基础性作用。(经济日报)



图为消费者在展会上选购眼镜。

□ 本报记者 解磊 文/摄

多焦点离焦镜片有助于延缓儿童近视进程,色盲矫正隐形眼镜用以改善红绿色盲患者色觉,像游戏的视觉功能训练系统可用于斜视患者术后眼部康复……9月12日,由中国轻工业联合会指导,中国眼镜协会、中国中轻国际控股有限公司主办的第三十五届中国国际眼镜业展览会在北京落幕。此次展会有来自20多个国家和地区的650多家展商,热切回应了消费者不断增长的个性化健康需求,全方位展现了中国眼镜行业的新产品、新技术、新趋势,促进了产业链上下游高效采购对接和合作交流。

聚焦“一老一小” 拓展增量空间

儿童及青少年、老年人是《“十四五”全国眼健康规划(2021—2025年)》中重点关注的群体,围绕“一老一小”的视觉健康,本届展会对眼视光行业的产品与服务范围进行了拓展和延伸,视光产品的品类也更为丰富。

对于近视人群出现老花眼的问题,一些企业推出渐进多焦点产品,能够同时满足看远、看近的用眼需求,免去佩戴者频繁摘戴更换眼镜的烦恼。如江苏汇鼎光学眼镜有限公司推出的适眼星幕·自由视觉镜片,采取近用优化、双眼平衡优化、后表面研磨等技术,将一个眼镜片划分为上方远用区、过渡中用区和下方近用区,减少了佩戴者双眼调节压力。

约有20年儿童眼镜研发经验的温州冠豪眼镜,此次带来了自主研发的环保眼镜,镜架为蓖麻子提取材料,镜腿是可应用于婴儿奶嘴的硅胶材料。该公司与美国联合开发的3D打印产品受到多位订货商的欢迎,预计10月开始发售。“安全性和舒适性是我们的研发宗旨。”该企业董事长郑志远表示。

除了眼镜片、眼镜架、智能眼镜、隐形眼镜、验配设备、生产设备、加工设备、工具及耗材、材料、包装、设计、陈列外,视觉训练、近视防控等也成为消费者关注的重点。其中,2、3、4、5号馆二层增设“近视防控视觉训练专区”,多家眼科设备及视觉训练设备厂商积极探索近视管理有效形式,助力企业抓住市场机遇。

中国眼镜协会相关负责人表示,本届展会紧跟从“老年阶段的老龄经济”到“未老阶段的备老经济”的趋势,在充分考量中老年群体的用眼场景和痛点的基础上,推出了众多个性化、定制化的老视眼整体服务方案,致力于提升老年群体的生活质量。

绽放原创力量 尽显设计魅力

为了给中国优秀眼镜设计师提供更好的平台,本届展会在8号馆设置了2个国内设计师组团区域,共有67家展商参与,总展出面积超过1000平方米,充分展示了中国设计力量的蓬勃发展和壮大,为中国本土品牌成长注入新的活力。

其中,“设计番”组团在本届展会上汇聚了35位海内外设计师、60个原创品牌、2000件最新专利产品、近万件新款眼镜,展示了中国眼镜的原创实力。“设计番”组团负责人告诉记者,该组团以“高质量发展”为主题,从中国传统建筑中获取灵感,运用中式对称、线条、纹理,保留传统元素,展现东方韵味,整体营造出具有东方情怀的禅意空间。“仰尚”组团展区采用极简设计的美学,通过高级灰与金属元素的搭配,融合低调又不乏高雅的色彩,营造出现代风格独特的高级感与设计感。

据悉,“设计番”从2015年的2家到现在45家原创设计师品牌“抱团”参展,成为深圳眼镜品牌极具发展潜力的设计师团队,推动深圳眼镜品牌“抱团出海、走向世界”。截至9月13日,“设计番”已完成意向交易额1000万元,新增地区代理商20家,新引入海外企业3家。

此外,1号馆还特设VOS国际设计师品牌区,来自海外的8家眼镜企业20个独立眼镜品牌集中亮相,共同呈现富有原创性的眼镜新品,以满足当今消费者对于独特设计的追求。

中国眼镜协会相关负责人表示,随着科学技术的进步,眼镜行业快速适应新的发展需求,把握机遇,迎接挑战,取得了新的发展。特别是近年来,中国眼镜行业展现出强劲的发展韧性和潜力,整体稳步向好,展览会也朝着专业化、国际化、多元化、数字化的方向积极迈进,在宣传眼健康理念、推动产业发展交流等方面发挥着极其重要的平台作用。未来,中国眼镜协会将锚定建设眼强国目标,服务改革创新,助力眼镜产业向高端化、智能化、绿色化转型升级,为中国眼镜产业高质量发展作出新的贡献。



零售新高峰映射消费升级潜力

□ 肖睿平

新中国成立以来,中国消费市场以蓬勃的发展态势和巨大的消费潜力,书写着属于这个时代的辉煌篇章。近日,国家统计局官网发布《消费市场繁荣壮大 商贸流通创新提质——新中国75年经济社会发展成就系列报告之五》。报告显示,新中国成立75年来,伴随市场化改革深入推进,我国商贸流通和消费领域实现历史性跨越,市场销售规模稳步扩大,消费结构优化升级,供给市场逐步完善,流通体系质量效率不断提高。2023年,社会消费品零售总额实现47万亿元,再创历史新高,1953年至2023年年均增长11%。这些数字不仅刷新了历史记录,更向世界展示

了中国消费市场的强劲增长动力和无限活力。

作为衡量国内消费市场繁荣程度的重要指标,社会消费品零售总额每一次的增长都承载着亿万消费者的信心与期待。47万亿元的零售总额,是亿万家庭日常消费、商家辛勤经营、政府政策支持共同结果,也是中国经济社会持续健康发展的有力证明。这一数字的背后,是中国消费市场在改革开放以来的历史性跨越,是市场化改革深入推进、消费环境不断优化、消费结构持续升级的生动体现。

47万亿元的社会消费品零售总额,不仅体现了传统消费领域的稳健

增长,更彰显了新兴消费热点的蓬勃兴起。从基本生活类商品到汽车、家电等耐用消费品,从化妆品、通讯器材到体育娱乐用品,消费市场的多元化趋势日益明显。同时,线上消费的快速发展也为消费市场注入了新的活力。网络购物、直播带货、即时零售等新兴业态的崛起,不仅改变了人们的购物方式,也极大地激发了消费者的购买欲望和消费潜力。

在消费总额不断增长的同时,消费结构也在不断优化升级。随着人民生活水平的提高和消费观念的转变,消费者对品质化、个性化、绿色化消费的需求日益增长。这一趋势不仅推动了传统产业的转型升级,也催

生了大量新兴产业的发展。在消费结构优化升级中,人们看到了中国消费市场的巨大潜力和无限可能。

展望未来,中国消费市场将继续保持强劲的增长态势。随着中等收入群体规模的持续扩大和居民收入水平的不断提高,消费市场的潜力将进一步释放。同时,政府也将继续出台一系列政策措施,优化消费环境、激发消费活力、促进消费升级。

社会消费品零售总额实现47万亿元是中国消费市场发展的一个重要里程碑,它不仅展示了中国经济的强大韧性和消费市场的巨大潜力,也描绘了未来消费市场的美好蓝图。

图片新闻

中秋假期地坛书市迎来读者近23万人次



淘旧书、赏文创、选童书、品经典,中秋假期,2024“我与地坛”北京书市迎来客流高峰期,三天共接待读者近23万人次。记者在现场看到,本届地坛书市在规模扩大的同时,注重通过策展与布局为读者带来优质体验。书市共设主题出版展区、“旧书新知”专区、实体书店街区、名社精品展销区、全民阅读推广区、专题图书街区等十大展区。

现场工作人员告诉记者,与“地坛看海”相关的文创产品也十分抢手,一天能卖出上千份。

书市现场人头攒动,读者沉浸在书籍的“海洋”里,或挑选心仪的图书,或选购精美的文创产品,不亦乐乎。本报记者 王洋 文/摄



搜狐新闻客户端

消费日报微信公众平台

《消费日报》搜狐新闻客户端订阅流程:

步骤一:扫码下载搜狐新闻客户端 步骤二:打开应用点击上方“订阅”
步骤三:选择“添加订阅”后搜索“消费日报” 步骤四:点击右上角“+关注”即可