

疫后浙江消费趋势研判及消费提振建议

赵博文 赵浩兴



新冠肺炎疫情对城乡居民消费造成了直接影响。但是从我国强大的内需动力和日益完善的商贸服务体系来看，这种消费抑制影响不会是中长期的，城乡居民消费必将在疫情后快速提振

当前浙江本地疫情防控已取得了决定性胜利，各行业即将进入疫后恢复期，消费回升成为必然。而如何抓住即将到来的消费提振“黄金期”，精准施策、顺势求变，有效促进内需市场消费需求，是现实而迫切的任务。

疫后消费回升趋势研判

短期内将迎来社会消费阶梯式提升。根据重大疫情对社会消费行为影响的国际研究成果分析，一般疫情有效控制、防控基本解除的一个月内就会进入消费快速提升的复苏阶段。结合我国及浙江疫情防控形势、模式，预计 3 月中旬后将迎来社会消费“看一步、进一步”的阶梯式提升，4 月下旬将迎来消费高峰，达到甚至超过上年同期的消费水平。

社区高质量消费快速增长。疫情期间，虽然社区消费受到大面积抑制，但社区药店、社区零售、社区服务等成为居民生活消费的主要支撑。加上近年浙江社区零售服务在数量和质量上的快速发展。疫情过后，城镇社区消费特别是高品质的生活服务、健康医疗、商品零售等业态将进一步繁荣，高质量的社区消费呈快速增长趋势。

健康品质消费需求明显增长。经受过疫情“洗礼”，城乡居民对健康的消费有更深刻的体悟，已经或即将进入退休年龄的 50 后、60 后，以及已经成为新一代消费主力的 80 后、90 后等，都将更加重视自身及子女的身体健康和生活质量。“懒人经济”、健康保障、养生需求日盛，洗碗机、净水器、智能马桶盖、垃圾处理器等新兴品类成为消费者改善生活品质的选择。

高品质商业街区人流高密度集聚。春节期间“足不出户”的城乡居民在疫情结束后的“安全消费期”到来后，将选择高品质、有情调、有生活气息的商业街区，特别是步行街和商业综合体购物消费，商业街区人流将高度集聚。餐饮业、电影院、书吧、培训机构都将快速复苏。

旅游文化消费渐进式增长。随着居民消费水平的提高，以及商、旅、文的快速融合发展，旅游文化消费已经成为居民消费的重要组成部分。随着省内外疫情的有效控制，国内外人员流动逐步常态化，作为旅游大省、文化大省和商贸大省的浙江旅游文化消费将自省内到国内、再到国外市场呈现渐进式增长的趋势，预计到7月份进入全面复苏及快速增长阶段。

线上线下融合互促增长。疫情防控期间，城乡居民在线上线下生活消费业态的配合服务下，体验了独具浙江特色的O2O“宅生活”服务，既促进了线上线下商家和供应链服务商的互动配合，也培养了一大批“网络化生存”的城乡居民。疫情过后，不少居民还会存在“疫后恐惧”心理，对互联网依赖加深，商业服务体系的O2O体系融合互促增长的势头将更加明显。

疫后消费提振有依据

作出疫后浙江消费快速提振预判，是建立在对城乡居民消费心理、消费行为、供给侧助推、综合消费能力等基础上作出的判断。

防疫期间消费抑制产生的疫后自然“补偿性”释放。疫情期间绝大多数居民停止了本来十分活跃的吃、住、行、游、购、娱等的春节消费活动。绝大多数有出门旅游计划的居民停止了旅游，绝大多数居民停止了走亲访友和朋友聚会。根据浙江居民生活文化习俗和消费习惯，不少活动和消费将在疫后安全期“补偿性”释放，据保守估计，这种“补偿性”消费总量将不低于500亿元。

企业复工补损产生的供给端和供应链推动力。疫情防控期间，企业特别是商贸流通服务企业因延迟复工及人员流动限制等造成较大程度的损失。当前，浙江商贸服务及供应链企业正快速开业复工，力争追回已有的损失。疫情后，在各级部门的帮助和支持下，加上消费端的积极拉动，通过商贸企业主动作为和创新经营，商贸服务的质量和效率将得到提升，成为浙江消费补涨的供给侧推动力量。

疫后城乡居民形成的“家生活方式”社会消费心理。家庭消费是社会消费的主要组成。疫情防控期间，家庭作为基本生活单元的属性更加突出，“宅家”生活培育了一大批人的家庭观念、家庭情感，也形成了一大批人对家庭生活方式的反思后建构。一方面，家庭成员之间的沟通和分工更加充分；另一方面，家庭成员对家庭消费的品质、健康和节俭的认识更加到位，对健康、和谐的美好生活的需求更加迫切。

线上线下融合互动的消费生态基本成熟。浙江不仅有着全国领先的电子商务、网络零售业态和大数据、云计算、区块链等技术应用，也有着比较完备的线下新零售和商贸服务业态。经过近年的快速发展，浙江线上线下融合互动的消费生态基本成熟，这为浙江迎接消费提振提供了很好的载体基础。

城乡居民积累的较强的消费能力基础。2019年，浙江居民人均消费支出已突破30000元，比全国平均水平高出近万元。疫情制约了城乡居民的短期消费，但不影响其整体的消费能力和消费总量。

商贸服务系统积累的平台和营商环境优势基础。浙江作为商贸大省和商贸创新的先行省，在市场平台、电商平台、商贸服务平台、数字贸易平台、社区服务平台等平台建设方面有着良好的基础。同时，在“最多跑一次”改革、数字经济强省建设等战略推动下，营造了优良的营商环境。这为商贸服务业疫后复苏及

消费超越式提振创造了优良的环境基础。

系统推进消费提振

（一）加快开业复工，加大政策扶持

消费的主体是广大城乡消费者，但提振消费的载体和驱动力量是数以百万计的商贸服务主体。在这次疫情的影响下，浙江商贸流通主体企业，特别是小微型商贸流通主体正经历一场前所未有的生死考验。开工迟、招工难、客流少、防控成本高等一系列问题对于本就面临巨大外部压力的小微商贸服务企业无疑是“雪上加霜”。需要各级部门既要大力推进作为社会服务保障的商贸流通企业尽快开业复工，更要制定并实施强有力的扶持政策，通过无息贷款、租金减免、税收减免、水电费减免、用工补贴、物流补贴、防疫用品补贴、促销补贴等全方位的政策扶持，保障商贸服务企业提振信心，轻装再战。

（二）协调联动，推动消费提振

根据国家及浙江扩内需的既有方针政策，以及疫情对浙江消费的影响和趋势判断，商务部门需尽快制定疫后提振全省消费的具体措施及行动计划，指导全省及各市县的消费提振工作。同时，发改、财政、民政、市场监管、旅游文化、卫生健康等部门应协调联动，成立全省疫后促消费的“专班”，共同推动浙江疫后消费提振工作。

（三）发展夜间经济，打造品质商街

发展夜经济、建设高品质步行街是近两年国家及浙江商务创新发展的重要抓手。2019年，浙江夜间经济发展及高品质步行街建设已经全面启动，已经成为消费促进的重要时空载体。根据疫后消费人群夜间消费兴起和向高品质商业街区集聚的趋势，要加快推进各地夜间经济的繁荣和发展，加快改造提升高品质步行街，支持各地商业步行街开展夜市、庙会、文化演艺、美食节、灯光秀等各种活动，通过文化演绎、活动开展、科技体验、品牌集聚等活跃商街消费氛围。

（四）发展商贸节会，创新营销模式

购物节、消费促进周、特色文化旅游节、供需对接大会、街区音乐节、美食节等商贸节会活动是营造商业氛围、吸引消费客流的有效手段。浙江应在“金秋购物节”等传统品牌商贸节会的基础上，支持和鼓励市县在全年、全域范围内开展丰富多彩的特色商贸促销节会活动，掀起“浙里消费”一波又一波的新高潮。同时，支持和鼓励商贸服务企业借助互联网、大数据等技术开展多样化的业态创新和营销创新，充分发挥电商平台公司作用，支持企业加大网上销售。支持商贸企业利用APP、小程序、网红直播等方式维护和拓展客户。支持并补助政府和企业通过派发实价消费券+积分奖励等形式开展有力度的销售促进。

（五）实施商旅联动，加大消费增量

疫情结束后，将迎来生活消费、社交消费和旅游消费的同步快速提升。浙江作为旅游大省，应尽快启动线上线下、省内省外的商旅联动工程。一方面，通过派发消费券、门票换购物券等形式促进省内外游客向购物者转型；另一方面，通过商业街区景区化、商业空间场景化、商业活动互动化等提升消费者的休闲娱乐体验，促进消费增长。

（六）促进空间集聚，树立示范标杆

根据浙江区域商旅资源分布及省内外消费者的消费行为特点，除了日常生活型消费，休闲、娱乐、康养、旅游等消费具有明显的消费目的地集聚效应。各地均有独具特色的商贸市场、购物中心、特色步行街、旅游景区等商旅目的地，可以通过示范商旅特色市场、示范高品质步行街、商贸特色镇、商旅示范村、夜经济示范区等的评选和推广，进一步促进高品质消费的空间集聚。

（七）提升服务质量，实现放心消费

商贸服务质量是与有形商品产品质量同样重要的商贸服务供给。在狠抓复工开业和商品质量的同时，深化“放心消费在浙江”行动，加强服务质量监督，倡导不满意无理由退货等服务承诺，推出区域、行业、企业等的顾客满意度指数发布。

（八）突破关键领域，实施重点项目

消费提振既要基于居民基本生活消费，也要在重点消费领域、创新商业领域寻求新的突破。根据国家消费促进的相关政策文件以及浙江实际，宜在汽车换代消费、家电以旧换新、养生消费、旅游消费、文化消费、绿色农产品消费、优质进口商品消费等关键领域制定务实而创新的促进政策，通过财政补贴、派发行业消费券等形式推动这些领域的消费。在全省设立一批消费促进重点项目，从政策、经费等多方面保障项目落地实施。