

# 以新消费促新发展格局的路径研究

## ——基于杭州市的实践

汪欢欢

**【摘要】**：数字技术驱动的新消费是推动形成“双循环”新发展格局的重要力量。近年来，杭州市在以新消费促新发展格局方面积极实践探索，初步具备新消费群体、新消费模式、新消费热点、新消费场景、新消费布局“五新”特征。但同时持续扩大新消费依然面临一些困难，本文将从优供给、筑场景、畅流通、育生态四个维度进行探讨。

**【关键词】**：新消费 消费升级 新发展格局

新消费是指由数字技术等一系列新技术驱动，满足人们个性化、智能化、多维融合需要的行为过程。相较于以产品为主的传统消费，新消费更加以消费者为中心，通过掌握和预测用户需求，继而系统性创造产品、场景来满足不同消费群体的真实需求和潜在需求。作为“生产、分配、流通、消费”循环的起点和终点，新消费是推动形成“双循环”新发展格局的重要力量。近年来，杭州市将新消费作为满足人民对美好生活的需要、提高特大城市发展韧性、增强国际市场吸引力的重要抓手，充分展现了新消费之于新发展格局构建的引领作用。

### 一、杭州以新消费促新发展格局的实践

#### （一）新消费群体加速崛起

新消费只能在具备一定消费能力的消费主体中得到发展。当前，引领杭州新消费潮流的群体主要有以下四类：一是城镇化引致的新增消费群体。根据第七次人口普查结果，杭州2020年常住人口城镇化率已达83.29%，相比“六普”提升了10.04个百分点，快速集聚的城市人口已成为杭州消费的主力。同时，2020年杭州城镇居民人均可支配收入与人均消费支出在全国大中城市中都处于较高水平，收入仅次于上海、北京、苏州，支出仅次于上海、广州。二是新中产阶层。“高频次”“高消费”是新中产阶层的重要特征。据《2020新中产白皮书》显示，新中产选择定居的前8座城市分别是：杭州、上海、深圳、成都、北京、苏州、长沙和广州。三是新生代群体。成长于互联网背景下的“Z世代”，正成为新一代主力消费人群。如二次元、国货等消费不断升温的主要原因就是新生代群体的追捧。四是老龄化带来的银发群体。“七普”结果显示，杭州2020年60岁及以上人口为201.33万人，占市域总人口的16.87%，其中65岁及以上人口为139.14万人，占比11.66%，相比“六普”分别提高3.47和2.64个百分点。人口老龄化加剧，加之银发族对移动互联网的依赖越来越强，银发群体将成为不可忽视的消费新势力。

#### （二）新消费模式蓬勃发展

新消费模式主要体现为多种要素资源、经营模式、商品类型和行业领域的多维交叉融合。目前，杭州新消费模式创新主要体现在以下方面：一是网络消费。“十三五”期间，杭州网络零售额保持每年20%左右的增长率，并于2019年底超越社会消费品零售总额，成为全国首个网络零售额超越社会消费品零售总额的城市。二是直播电商。杭州率先在直播电商领域建立三大专业研究机构，开创全国先河。现有淘宝直播、抖音、蘑菇街、有赞、云集、有播等头部直播平台20余家；知名MCN机构50家，直播电商基地、园区40个。三是农村电商。通过联结“网上农博”平台和邮政直供平台，全力解决农产品的滞销难题，2020年杭州

---

农村电商销售额达 158.14 亿元。四是在线服务。互联网+医疗、互联网+教育、互联网+家政、互联网+旅游、互联网+会展等消费模式加速在全市布局。

### （三）新消费热点不断涌现

消费者在商品消费领域的需求不断升级，且追求更高质量的服务消费。一是商品消费呈品质化、智能化、高端化发展趋势。2020 年，杭州限额以上批零企业商品零售额中，化妆品、文化办公用品和日用品零售额分别同比增长 10.4%、10.3%和 10.3%；新能源汽车、智能家用电器和音像器材等升级类商品消费分别增长 24.2%和 12.8%；高端消费回流效应明显，以杭州大厦为例，2020 年实现销售额 80 亿元，同比上涨 38.22%。二是服务消费呈多元化、个性化、加速化发展趋势。居民人均消费支出中，服务消费增长较快，信息、文旅、健康、养老、教育等消费热点成为扩大内需新引擎。数据显示，2019 年杭州城镇居民人均消费支出中，交通通信、教育文化娱乐、医疗保健等服务性消费支出同比增长 10.4%、13.6%、21.6%；农村居民人均消费支出中，以上三项服务性消费支出同比增长 4.1%、11.5%、32.3%。

### （四）新消费场景悉心营造

依托数字技术等现代科技手段，新消费具备了“无处不在”的场景特性，这将打破时间、空间局限，催生更多的发展。一是消费地标拓展空间广度。杭州加速构建“三圈三街三站”消费新地标，并通过改造升级大力推动实体商业线上线下融合发展。二是夜间消费拉长时间尺度。先后举办“忆江南·夜杭州”“越夜越武林”等 100 多场仲夏夜嘉年华活动，发布“杭州十大夜地标”和夜间经济消费电子地图。在中国旅游研究院发布的 2020 中国夜间经济二十强城市中，杭州位列第五。

### （五）新消费布局链动全球

杭州不断提升消费流通枢纽功能，进一步拓展新消费的国际国内辐射半径，推动供给和需求在全球市场匹配。一是跨境电商助力“买全球、卖全球”。2020 年杭州通过海关跨境电商管理平台的进出口总额达 138.0 亿美元，较“十二五”期末翻两番。同时，杭州综试区围绕服装、五金、电器、家纺等 15 个产业带打造跨境电商产业集群，培育跨境电商品牌累计 130 个。二是退税经济增强城市国际吸引力。瞄准更大半径的消费人群，以培育退税经济来吸引国际消费，杭州大厦、银泰百货等 27 家商贸企业获批浙江省首批离境退税店，并实施境外旅客购物离境退税政策。

## 二、进一步以新消费促新发展格局的路径思考

新消费作为消费的新引擎、新动力，正成为杭州新一轮发展的重要引领力量。但也要看到，持续扩大新消费还面临一些困难，如服务消费等新消费领域需进一步培育、消费空间的营造与创新需进一步统筹、新消费的国际影响力需进一步提升等。对此，笔者以为，应从优供给、筑场景、畅流通、育生态四个方面入手，加大开发新消费场景。

### （一）优供给，满足美好生活需要

围绕消费者需求增强新消费供给。培育消费细分市场，对养老、亲子、教育、绿色、健康等消费需求旺盛但市场供给不足或产品服务单一的行业加强政策引导。抓住消费回流契机增强中高端消费供给，在休闲旅游、医疗美容、体育赛事、时尚文化等领域探索形成专业化发展优势。大力发展数字服务新消费，培育远程办公、远程医疗、数字体育、数字阅读等，打造不同细分领域的龙头品牌。

推动新消费与新制造深度融合。抓住建设“未来工厂”的契机，推广用户直联制造（C2M）模式，以消费引导生产，进而实现新消费与新制造的精准匹配。鼓励企业开启“工厂直播”，通过车间主任、工厂能人、文体明星等深度带货，为消费者展示生

产车间、商品品牌等信息。

构建以新国货为核心的杭州品牌消费体系。深入实施“老字号+平台电商”工程，鼓励杭州老字号企业与阿里、天猫、京东、拼多多等平台深度合作，运用相关海量数据进行研发与生产，形成面向细分市场的高性价比“爆款”产品，推动老字号向新国货品牌转化。鼓励具有一定专业水准和工艺水平的匠人、设计师、农人、达人、买手等与平台经济对接，利用平台的生产、组货、营销、流通能力，培育“小而美”的个性化国货品牌。

## （二）筑场景，引领全球消费形态

创建国际化消费地标。在吴山、湖滨、武林等核心商圈，融合网红商业、美学空间、粉丝经济等潮流元素，加强休闲功能和优化空间体验，定期举办潮流品牌发布会、时尚快闪等大型活动，营造时尚潮流、深度体验的购物场景。大力培育首店经济、首发经济，鼓励设立更多品牌首店、旗舰店、体验店等，吸引一批国际知名品牌、扶持一批原创国货品牌在杭州首发新品，探索支持各大电商平台打造全球新品网络首发中心。加快物联网、互联网、云计算、智能终端等信息技术在各商圈商街的应用，鼓励有条件的商店进行数字化改造，建设智慧商圈、商街、商店。

构建“一核九星”新消费发展格局。核心城区在打造国际化消费地标的同时，需加快建设功能错位的区域级商圈，提升慢行系统和智慧商圈基础设施，完善游、乐、购城市配套，进一步增强商圈游逛性与体验性，导入域外全时全龄消费客群；同时，核心城区是世界文化遗产和宋韵文化的主要承载地，需创新植入现代元素，将文化资源转化为文化消费，形成文化品鉴和生活体验的新消费场景。九大星城要结合特色资源布局新消费场景，大力营造文化、体育、健康、养老、绿色等标识性消费场景，如建德低空飞行体验、桐庐慢生活游憩、美丽乡村康养等。

营造无边界多维新消费场景。深入推动夜间经济有序发展，鼓励各县（市、区）结合实际，构建“夜秀、夜市、夜娱、夜食、夜购、夜宿、夜游、夜动”等主题场景，营造全天候、全时段、全领域的消费氛围。结合全市未来社区建设以及老旧小区改造，精心营造社区新消费场景，探索以特色酒吧、个性咖啡馆、文创集市、美学店铺、精品民宿等为主力业态，植入文创艺术元素，打造“社区商业+文创”新模式。以公园、绿道网络等绿色空间为载体构建开放式生态游憩场景，发展微度假、公共艺术、交互娱乐、现实感知、全息情景营造、主题消费体验、田园生态旅居等新消费形态。

## （三）畅流通，辐射国内国际市场

增强新基建对新消费的支撑作用。支持数据中心、工业互联网、物联网等新型基础设施布局，优先覆盖核心商圈、重点产业园区、重要交通枢纽、主要应用场景等。推进城市管理公共设施与5G、物联网、传感技术融合建设，部署城市数据采集智慧感知节点，打造具备边缘存储、计算等能力的终端感知网络。探索乡村融合基础设施建设，开展农产品质量安全监管数字化工程，推动区块链、物联网、二维码等技术在农产品质量安全追溯方面的应用。

提升供应链数字化水平。构建流通与生产深度融合的供应链协同平台。引导龙头企业构建“物流基地+物流（配送）中心+末端配送网点”集约化、智慧化、绿色化物流供应链体系。打造国际快递网络和跨境仓储配送体系，建设一批国际快件转运中心和海外仓，形成高效的国际快递配送网络体系。鼓励核心企业通过“1+N”供应链金融模式，对链上企业提供信贷、结算、科技平台等综合化金融服务，构建生产、贸易、物流等全流程综合金融支持体系。

强化国际电子商务中心核心功能。加快eWTP全球化布局，积极参与跨境电商规则制定，抢占跨境电商产业发展制高点。依托跨境电商平台、专业营销机构、跨境电商服务商等，引导更多传统外贸和家纺服装、五金工具、家居卫浴、休闲食品等制造业企业创新销售模式，运用电商积极开拓国际市场。探索将服务贸易、“通关+物流”等事项纳入“单一窗口”管理，逐步覆盖国际贸易全链条，促进国际贸易标准版功能优化和拓展，提高贸易便利化水平。

---

#### （四）育生态，优化新型消费环境

监管创新与科学治理。放宽新消费发展限制，实行包容性管理和审慎性执法，依法放宽企业夜间促销活动审批，简化审批流程。推进新消费标准化建设，健全服务标准体系，鼓励平台企业、行业组织、研究机构等研究制定新消费领域的新标准，尽快打造并输出一批杭州标准。完善网络消费权益保护机制，畅通新消费维权渠道。依托信用杭州建设，加强新消费领域企业信用体系建设，建立企业信用信息数据库。

数据共享与部门协同。依托城市大脑和阿里巴巴、网易等平台，加强消费品、工业品等交易信息和数据的汇集，鼓励平台、企业间的消费数据资源共享和挖掘，有效破除数据壁垒和“孤岛”。建立跨部门抽检信息共享与联席工作机制，推动商务部门与口岸、海关、工商、质检等联动，形成服务合力。

制度创新与政策支持。推动公共文化设施社会化运营，培育一批优质高效的运营承接主体，加速提升公共文化服务效能。探索支持与境外机构合作开发跨境医疗保险产品，支持医疗机构提供国际医疗保险直付服务。完善与新消费配套的财政、金融、劳动保障等政策支持，为新消费企业与人才发展提供全方位保障。

#### 参考文献：

- [1]毛中根, 谢迟, 叶胥. 新时代中国新消费:理论内涵、发展特点与政策取向[J]. 经济学家, 2020(09):64-74.
- [2]王微. 新消费为构建新发展格局注入强大动能[J]. 新经济导刊, 2020(04):4-8.
- [3]依绍华. 新消费崛起促进消费和产业双升级[J]. 人民论坛, 2020(21):33-35.
- [4]任保平, 苗新宇. 新经济背景下扩大新消费需求的路径与政策取向[J]. 改革, 2021(03):14-25.