

湖南商务

总第 660 期

湖南省商务厅

2023 年 8 月 31 日

编者按：主题教育开展以来，全省商务系统聚焦实现“三高四新”美好蓝图、推动商务和开放型经济高质量发展大兴调查研究，扎实开展“走找想促”活动，形成了一批调查研究成果。本期刊发《湖南恢复和扩大消费的现状、问题及对策》调研报告，围绕湖南消费的新特征新趋势、供需两端问题、对策建议等开展深入探讨。供交流参阅。

【内容摘要】

近年来，湖南居民消费理念、消费模式、消费习惯等正在悄然发生变化，呈现出由生存型向发展型、积极向谨慎、消费主义向实用主义、线下向线上、悦人向悦己、传统式向体验式“六大转变”的新特征新趋势。但同时，也面临着人口总量与消费总量、就业收入与消费意愿、社会服务需求与政府投入、农村居民消费能力与社会发展“四个不匹配”，以及流通主体恢复、高端消费供给、优质服务供给、农村有效供给、消费场景开发“五大不足”的挑战与困境。建议：在提升消费能力和信心、稳定大宗消费、扩大服务消费、促进县域消费、创新消费场景、改善消费条件等方面持续发力，让居民有稳定收入能消费、没有后顾之忧之忧敢消费、消费环境优获得感强愿消费。

湖南恢复和扩大消费的现状、问题及对策

省商务厅第一调研课题组

消费是经济生活最生动的晴雨表，是经济增长的第一动力，是畅通国内大循环的关键环节，也是人民群众对美

好生活的直观需求。习近平总书记多次强调，要把恢复和扩大消费摆在优先位置。为贯彻落实党中央、国务院和省委、省政府决策部署，省商务厅大兴调查研究，深入开展“走找想促”活动，沈裕谋同志领题调研“湖南恢复和扩大消费的现状、问题及对策”，赴 7 个兄弟省市区、10 个市州、22 个县市区开展调研，召开 6 次专题座谈会，发放居民消费、餐饮业、住宿业等 16 类 3800 余份调查问卷，形成如下调研报告。

一、湖南消费的现状与趋势

近年来，湖南居民消费理念、消费模式、消费习惯等正在悄然发生变化，消费持续增长的同时也呈现出一些新特征新趋势。

（一）消费需求由“生存型”向“发展型”转变。从消费市场看，湖南社会消费品零售总额从 2012 年的 7854.89 亿元增长到 2022 年的 19050.66 亿元，十年间增长了 1.4 倍。从消费结构看，全省城镇、农村居民恩格尔系数由 2012 年的 37.2%、43.9% 下降到 2022 年的 28.5% 和 30.5%。城镇居民家庭每百户拥有汽车从 2012 年的 15.6 辆，增长到 2022 年的 48 辆。从商品类别看，2022 年限额以上企业家用电器和音像器材类、化妆品类、汽车类零售额分别较 2012 年增长了 0.75 倍、1.2 倍、1.5 倍，餐饮业收入较 2012

年增长了 1.3 倍。从市场活力看，“福布斯中国消费活力城市榜”2022 年长沙排名第 10，2023 年上半年长沙排名第 9。

（二）消费心理由“积极”向“谨慎”转变。2013 年—2019 年居民储蓄率一直处于下行通道、中线在 31% 附近，2020 年受疫情影响升至 38%，直至 2022 年居民储蓄率达到 33.5%，全世界最高。湖南与全国趋势保持一致，2017—2019 年个人存款余额年均增长 10.2%，今年 6 月末增速达到 15.3%，且连续 9 个月增速超过 15%；相比之下，2017—2019 年，全省个人消费贷款年均增长 28.2%，其中不含住房贷款的个人消费贷款年均增长 29%，但至今年 6 月末分别仅为 0.3% 和 9.8%。居民预防性储蓄倾向居高不下，消费贷款增速大幅下滑，反映出消费心理更趋谨慎，消费意愿明显降低。

（三）消费倾向由“消费主义”向“实用主义”转变。居民消费实用倾向更趋明显，日常消费更加理性，呈现以刚需型消费为主、偏爱高性价比商品、大宗消费需求下降等新特点。从社零数据看，2023 年上半年，全省限上单位商品零售额中，粮油、食品类增长 6.9%，化妆品类下降 14.3%，金银珠宝类下降 13.7%，体育、娱乐用品类下降 19.5%。据省汽车商会数据和部分市州汽车行业协会座谈了解，

2023 年上半年，汽车共计销售约 36 万台，月均 6 万台、较去年月均减少 1.5 万台，呈现出购车选择时长增加（平均由 7 天增加到 30-60 天）、购车贷款比例增加（由原来的 70% 全款转变为 60%-70% 贷款、贷款额由原来的 30%-50% 增加到 50%-80%）、更新换代时长增加（平均由 6 年增加到 10 年以上）、更注重性价比、低功耗等特点。

（四）消费业态由“线下”向“线上”转变。网络购物大幅增长，直播带货、社区电商、短视频电商等新模式蓬勃发展。截至 2022 年底，我国网民规模 10.67 亿，互联网普及率 75.6%，其中网购用户占比超过 80%，网络直播用户、短视频用户规模分别占 70.3%、94.8%。2019 年—2022 年，我省实物商品网上零售额由 1351.8 亿元增长至 2116.7 亿元，占社零总额的比重由 7.84% 提高至 11.1%。2022 年，我省网上零售额增长率是社零的 4.7 倍，限额以上餐饮企业线上收入增长 28.7%。2023 年上半年，全省网上零售额增速高于社零增速 10.6 个百分点。调查问卷显示，61.5% 的样本企业开展了“到家业务”，一半以上的企业开展了直播带货。

（五）消费偏好由“悦人”向“悦己”转变。居民更关注个人健康和家庭生活消费，愿意为促进身心健康、改善教育品质、提升幸福感获得感买单。据戴德梁行研究，超半

数被调查者计划增加旅游、子女教育、休闲娱乐、学习提升和运动健身等方面支出。调查问卷显示，85%的被调查者更加关注食品保健类消费，76%更愿意购买商业医疗保险。2023年上半年，我省旅游、餐饮、住宿、服饰、文娱、宠物等消费领域呈现较快复苏势头，限额以上住宿业和餐饮业营业额分别增长15.7%和12.9%；全省纳入监测的旅游区416家，累计接待游客1.51亿人次、增长128%，营业收入184.6亿元、增长166%。

（六）消费场景由“传统式”向“体验式”转变。消费者更加关注产品附带的文化价值和情绪价值，“氛围感经济”不断解锁各种新消费场景。从国货消费看，麦肯锡中国消费者调查显示“消费者对国内品牌的偏爱程度显著高于国外品牌”。问卷调查显示75.4%的被调查者更愿意购买国货，文和友、茶颜悦色、天宝兄弟等一批注重体验感的本土餐饮企业快速成长。从户外消费看，2022年中国露营经济核心市场规模增长51.8%，预计到2025年将带动汽车、家具家电、户外装备等市场规模达到1.4万亿。从文旅商融合看，我省旅游消费与“古色”“红色”“绿色”“夜色”融合，规划建设53处历史文化街区，如百年历史名街“潮宗街”融合新潮与厚重，带动中山路沿线商业焕发新活力。此外，阳台种植催生“农耕消费”，高质量美护产品推动产业正向循环，

“懒宅”经济带动预制菜行业等快速崛起。

二、当前恢复和扩大消费面临的主要问题与挑战

恢复和扩大消费，根本在于供需两端协同发力。当前，湖南消费既面临需求转弱的挑战，也面临供给不足的困境，无论是从数据还是居民预期看，均未恢复到历史上相对稳定和较好的水平。

（一）从需求端看，突出表现为“四个不匹配”

消费者信心指数显示，2022年消费者信心已处于1990年以来的最低点。如果不能尽快恢复就业和增加收入，或者不能得到政府有效的补助和刺激，居民消费信心不足就有可能从短期行为转成长期行为，进而面临“资产负债表衰退”的挑战。

一是人口总量与消费总量不够匹配。截至2022年末，湖南常住人口6604万人，在GDP十强省份中排名第6位，领先浙江、安徽、湖北等省份。但同期，湖南也是GDP十强省份中，唯一一个社零总额未过2万亿的省份。2022年全省社零总额增长2.4%，增速较2019年（10.6%）下降8.2个百分点，占GDP比重由2019年的43%下降到39%。今年上半年，全省社零增长6.6%，低于全国平均水平（8.2%）1.6个百分点。过去十年，湖南社零总额先后被福建和安徽反超，排名从第8位下滑至第10位，今年上

半年全国排名第 21 位。

二是就业收入与消费意愿不够匹配。人口结构影响就业前景，就业情况决定收入情况。近年来，我省人口总量增速趋缓、老龄化程度加深，2022 年末较 2020 年末减少了 41.3 万人，全省 15—59 岁劳动年龄人口 4029 万人、较 2010 年“六普”数据减少了 428 万人。省内就业增长动能不足，就业弹性系数自 2015 年以来已连续 7 年为负值。以高校毕业生为主体的新成长劳动力不断积累，就业压力持续加大。但同期，湖南平均消费倾向（人均消费支出/人均可支配收入）达 70.8%，仅次于湖北和四川，位列 GDP 十强省份前 3 位。反映出，一方面就业不充分导致总体收入不理想，《中国统计年鉴 2022》显示“90%的人月收入在 5000 元以下”，居民可支配收入增速由 2021 年的 8.1% 回落至 2022 年的 2.9%；另一方面我省居民具有较强的消费意愿但被收入情况限制。

三是社会服务需求与政府投入不够匹配。当前，以吃穿和其他日常基本消费为主的生存型消费居于稳定，消费增长更多由医疗卫生、教育、金融服务、文化娱乐体育等发展型消费拉动。但是，政府投入长期以来更加关注传统的基建、房地产、制造业等，对消费的基础研究不够、投入相对较少。与用购买力平价计算的 OECD（经合组织）

国家比较，我国同期的基础设施建设投资高出一倍以上，房地产投资高出三分之一，社会服务比例却始终偏低。2022 年湖南固定资产投资中，第一产业下降 20.5%，第三产业增长 3.1%，其中，金融业投资下降 42.4%，公共管理、社会保障和社会组织投资下降 39.8%。

四是农村居民消费能力与社会发展不够匹配。2022 年，湖南乡村常住人口 2621 万人、占全省常住人口近 40%，但农村社零总额仅占全省的 13.6%；农村居民人均可支配收入 19546 元，比同期全国平均水平少 587 元，与全国差距较 2015 年扩大了 158 元。调研显示，农村居民收入大部分来自打工和农业经营收入，收入的不稳定性影响了消费的积极性；农村居民参保起步较晚，且参保意愿不强，看病难、看病贵现象普遍存在，对未来顾虑较多，不得不加大存款以备不时之需。

（二）从供给端看，突出表现为“五大不足”

一是流通主体恢复不足。中小微企业受疫情冲击元气大伤，恢复动力不足。湖南民间投资增速 2022 年较 2019 年（18.3%）下降 9.8 个百分点，2023 年上半年较 2022 年下降 5 个百分点，反映出民营企业扩大生产投资的意愿和积极性不高。据省餐饮协会统计，2022 年我省餐饮业吊销或注销 76594 家，新开门店仅为 46981 家，净减少 29613

家。

二是高端消费供给不足。从品牌打造看，我省还缺乏在高端消费市场叫得响的品牌，缺少议价能力较强的自有品牌，文化势能没有充分转化为品牌势能。从**高端赛事**看，承办国际国内有影响力的赛事较少，房车、赛车、低空飞行等新兴领域赛事活动缺乏，巨大市场和消费潜力亟待挖掘。从**平台建设**看，长沙打造国际消费中心城市还缺少国际知名的地标商圈和国际化的消费品牌、消费场景、会展赛事、消费环境作支撑，县域消费中心亟需提质升级。

三是优质服务供给不足。我国正处于人口老龄化的快速发展阶段，《世界人口展望 2022》预测，我国老年抚养比将由 2022 年的 28.92 上升至 2050 年的 78.02（到 2050 年，10 个劳动年龄人口需要抚养近 8 个老年人）。我省人口结构少子化、老龄化特点突出，生育服务、幼儿照顾、养老服务等产业发展不足，年轻群体生育成本过高，中老年群体因养老问题产生较强的储蓄动机。公共卫生、养生保健等行业发展不充分，难以满足居民需求。当前家政市场需求较大，但家政行业尚未实现专业化规模化发展。

四是农村有效供给不足。生产经营者主要关注城市消费者，对农村居民的消费倾向、消费结构、消费习惯等缺

乏深入研究，缺少适销对路的产品，影响了农村居民消费的多样化、积极性。调查显示，56.8%的农村居民反映快递网点不足、不能上门、退换货不方便。农村商品质量问题仍旧突出，问卷中“最担心”“最不满意”分别占比60%、53.4%，不少农村居民反映种子和化肥等农业生产资料存在价格居高不下、掺假售假问题。

五是消费场景开发不足。文旅融合不够，湖南文化和自然资源禀赋丰富，但商业化、同质化严重，本地化特色创意缺失，比如“千篇一律”的商业步行街对消费者的吸引力逐步下降。线上线下融合不够，传统商贸流通企业“转型难”较为普遍，我省线下实体融合电商发展的传统企业不足一半，调查问卷显示，线上营收占比普遍较低，63.5%的受访企业线上销售总额占营业总额不超过10%。

三、恢复和扩大消费的对策建议

习近平总书记强调，要建立和完善扩大居民消费的长效机制。恢复和扩大消费，核心在于增强消费能力、改善消费条件、创造消费场景，应致力于“刚性需求全力确保到位、改善需求引导市场调节”，让居民有稳定收入能消费、没有后顾之忧敢消费、消费环境优获得感强愿消费。

（一）提升消费能力和信心。调整政策重心是关键。将政策刺激的核心由投资转向消费，动用一切合法合规合

理、符合经济规律的措施和手段，最大程度放大政策的乘数效应。如在新一轮城中村改造项目和城市建设硬投入的资金中，建议明确城建资金总额的一定比例，用于消费场景创新、消费品牌打造等，以工作的确定性有效避免或将面临的“新闲置”问题。**提高收入水平是根本。**建议多措并举创新落实就业优先政策，多渠道增加中低收入者要素收入和城乡居民财产性收入，实现居民收入增长与经济增长基本同步。**户籍制度改革或是新增长点。**以农民工落户为核心的户籍制度改革是一项长期的改革任务，如尽快出台，可以产生真金白银和立竿见影的刺激效果。2022年，全国外出农民工家庭的人均收入达到4.2万元，接近城镇中间收入组平均4.4万元的水平。但由于没有城镇户口，未能均等享受城镇基本公共服务，据估算消费被抑制程度为23%左右。截止2023年一季度，湖南农民工总量为1799万人，其中外出农民工占70%左右，如湖南外出农民工转为城镇户籍，人均平均消费可增长6686元，由此产生的居民消费增量可超过840亿元。

（二）稳定大宗消费。稳定住房市场。政企合力保交楼、防烂尾，调整优化房地产信贷政策，降低购买首套住房首付比例和贷款利率，减免改善性住房换购税费，推动落实个人住房贷款“认房不用认贷”，允许住房贷款者进行

房贷还款计划调整，增强居民对房地产价格长期平稳发展的信心。**促进汽车消费。**鼓励政府定价的公共停车场对新能源车充电期间免收停车费，加强信贷支持，促进新能源汽车销售。科学合理推进充电设施建设，稳定充电费用。加快建立二手车信息查询平台，解决信息不透明问题，促进二手车交易和出口。推动汽车文化旅游赛事发展，释放万亿规模汽车后市场潜力。**扩大家居消费。**围绕绿色智能、适老适小、局部改造等热点开展家居节、家居博览会等促消费活动，引导家居企业、电商平台等下沉农村市场，充分释放家居消费活力。

（三）扩大服务消费。活跃文旅体展消费。全面落实带薪休假制度，建议政府机关和企事业单位带头推动形成全社会高效工作、尊重在职员工休息权利的浓厚氛围。大力举办承办国际国内各类高水平赛事、高端展会，以赛事展会带动流量、促进消费。发挥湖南卫视、芒果TV等影响力，举办大型演唱会、音乐节、动漫展等文娱活动。推动自驾车房车营地、徒步露营、低空飞行等新兴户外运动快速发展。针对港澳台、日本、韩国等重点入境旅游客源地加强宣传推介。**扩大餐饮家政美容消费。**积极举办中国国际食品餐饮博览会、“味道湖南”美食季等餐饮促消费活动，推动湘菜预制菜产业加快发展。加

强家政龙头企业和特色品牌培育，推动家政服务转型升级。发展“互联网+医疗美容”，支持建设医疗美容街区。**增加养老育幼服务消费。**建立健全“兜底有保障、中端有市场、高端有选择”的服务供给体系，建议探索盘活闲置社会物业资产，改建成养老社区，完善食堂、医疗、休闲娱乐等配套养老服务，充分释放银发经济潜力。大力提升社区层面普惠托育供给能力，推动教育均衡发展，降低家庭养育和教育负担。

（四）促进县域消费。强主体。支持农村经营主体数字化、连锁化转型，培育壮大县域龙头企业。充分挖掘农村“土特产”资源，鼓励电商企业走进田间地头、工厂车间开展直播营销，培育一批“小而美”的农村电商特色品牌。**畅流通。**促进村邮站、电商服务站点、农村便利店等网点设施共建共享，推动县域邮政、供销、电商、快递、商贸流通等各类主体市场化合作，推动城品下乡、山货进城、电商快递协同进村。**促转型。**支持电商平台下沉农村市场，提供更多适销对路的商品和服务，实现手机成为“新农具”、农民变成“新店家”。以“村 BA”等活动繁荣和活跃农村文化生活，拉动当地消费。**优环境。**改造升级一批乡镇商贸中心、集贸市场、乡镇大集和农村新型便利店，让农村居民在家门口就能买到与城市同质同标商品。

（五）创新消费场景。深化线上线下融合。充分挖掘数字应用新场景新机遇，既“把实体店搬到网上”，又“把网红店开到线下”，推动数字经济、实体商业、现代服务业深度融合。加快建设城市智慧商圈，完善客流分析等数字应用场景，提供精准导购等数字化服务。大力发展即时零售，打通线上线下市场。**深化老字号新字号融合。**推动老字号守正创新发展，发展更具潮玩活力、更契合新消费需求的品牌，推动老字号品牌、新潮玩品牌、本土特色商品融合发展。**深化载体与业态融合。**因地制宜为商家在商业街区、店门前、早夜市等场地规范外摆外展提供政策便利。创新采用可移动临时商业装置作为潮流快闪店载体，解决消费场景载体不足的问题。推动传统商业更新、特色街区改造、主题夜间消费与本地特色融合，推动名城、历史街区、传统特色街区、工业遗存等与新经济、新业态、新消费结合，形成更多沉浸式、互动式、体验式消费场景。积极扩大与人民生活密切相关的优质商品、医药产品和康养服务等进口，满足人民消费升级需求。

（六）改善消费条件。推动长沙建设国际消费中心城市。丰富产品供给，优化空间布局，拓展消费层级，提升城市形象，对在长新开设的国内外品牌亚洲首店、中国首店、华中首店、旗舰店、创新概念店给予支持，积极建设

具有规模效应和品牌集聚效应的特色街区，培育国际化消费品牌、地标商圈、会展赛事，打造国际知名消费目的地。

提升城市商业环境。以智慧商圈创建为抓手，推进有条件的商圈加快数字化转型。聚焦发展“一店一早”、补齐“一菜一修”、服务“一老一小”三个重点，加快建设一刻钟便民生活圈。加快消费信用体系建设，优化消费争议多元化解机制，推进“互联网+”监管，建设市场友好型的消费环境。

做好基本民生保障。强化市场监测预警，从规模占比、业态分布、品类构成等方面优化样本企业结构，运用大数据技术提升监测效能。健全完善应急保供体系，围绕重点地区、重点品种、重点生活必需品供需加强量价监测，建好用好住宿和仓储“平急两用设施”。（课题组组长沈裕谋系湖南省商务厅党组书记、厅长）

印送：省委、省人大、省政府、省政协领导；
省委办公厅、省人大常委会办公厅、省政府办公厅、省政协办公厅；
商务部办公厅、政研室、综合司、驻广州特办；
省直和中央在湘有关单位；
各市州、县（市区）党委、政府、商务主管部门，国家级园区、
综合保税区管委会。

湘政简准字【2019】18号

（领导如有批示，请经办同志电告颜桂飞同志。电话：0731-82295488, 18621864654）