



沈建光：从双十一下单情况看，消费仍旧在不断上升



意见领袖 | 沈建光

60s 要点速读:

1、 疫情虽然冲击全球经济达三年的时间，但实际上消费还是在不断往上走，特别从双十一下单的情况看，消费仍旧在不断上升。产业端，品牌数、商家数、品类数在过去四五年都在不断增加，今年有一些新特征。

2、 健康、文化、情绪等价值型消费受追捧。包括香薰蜡烛这些过去消费量很少的，现在变成品质生活的需求，增长特别快。

3、 未来消费端可能会越来越重要，大型平台企业、新型实体企业和中小微企业要共建数字生态，帮扶解困小企业，小企业一般都在大企业平台的产业链、技术链、融资链，这对提振明年经济十分重要。

正文:

疫情虽然冲击全球经济达三年的时间，但实际上消费还是在不断往上走，特别从双十一下单的情况看，消费仍旧在不断地上升。产业端，品牌数、商家数、品类数在过去四五年都在不断增加，今年有一些新特征。



第一个特征是健康、文化、情绪等价值型消费受追捧。包括香薰蜡烛这些过去消费量很少的，现在变成品质生活的需求，增长特别快。

第二个特征是新技术消费快速崛起。一些新的产品，比如扫地机器人、VR、AR 眼镜等人工智能产品，还有家庭健身器材增长也非常快，这可能和疫情居家有关。新产品的增速要远高于一般的产品，说明这块的创新满足人民美好生活的向往，这些新的发展还在不断进行。

第三个特征是县域农村消费高速增长。今年上半年县域农村的消费增长远远高于一二三、甚至三到五线城市的增长，总体看县域农村增长最快，二是中低线城市，三是一线，四是二线，疫情使中低县级线下消费受影响更大一点，所以线上消费规模迅速扩大。还有乡村振兴，随着农村基础设

施不断完善数字技术的助力，各地高质量地标农产品备受青睐，有地标特色的产品的增速远高于一般农产品。

不同线城市处于消费升级的不同阶段，中国巨大的人口还是有巨大的消费空间，消费升级也好、增长也好，县域农村处于消费初级阶段改善性需求明显；一二线城市处在消费的成熟阶段，比如生鲜、宠物生活、教育培训等品质型发展型消费品质突出，县域农村处于消费升级的初级阶段，家电家具的改善型需求，健康教育的补充型需求非常旺盛。

关于消费券，我们认为好像发了消费券就没有钱去支持保市场主体了，其实是可以双管齐下的，而且使得保市场主体的政策可以得到落实。有了需求，有了收入，商家、中小企业才有可能复工复产，这样减税降税的政策才能落到实处。

最后我想讲消费券的三大功能。一是可以推动消费升级，二是带动企业生产，从供给侧带动，三是经济如果恢复，对财政会产生正面的影响。2009年、2012年家电下乡的推动，不光是社零快速回升，而且还大幅缩小了农村和城市的消费差距，大量新型的节能型、智能型家电，这次同样

预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_49083

