

“新经济”系列观察

南北差异下夜间经济透视

王旭科

中央经济工作会议提出,大力提振消费,提高投资效益,全方位扩大国内需求。发展夜间经济作为消费领域新的增长点,是对文旅消费的时间延伸和空间拓展,目前已成为地方经济高质量发展新动力,不仅能丰富产品内容供给,促进服务业规模扩张,还能扩大内需市场,释放消费活力。

据中国旅游研究院发布的《2024中国夜间经济发展报告》显示,2024年国内夜间旅游总花费达到1.91万亿元,较上年同比增长21.7%。不论是居民还是游客,2021年以来夜间消费金额及笔数占比都在持续上升。可以预见夜间经济已经成为一个地方经济、文化和生活的缩影,其繁荣程度是衡量一个地方发展活力和实力的标尺。

夜间经济的发展新态势

作为一种新兴的消费形态,夜间经济呈现出夜间出行持续活跃、客流量持续倍增、联动效应持续展现、社会关注度持续升温等特征,各地持续发力夜间经济,呈现出一些新的态势。

从发展空间上看,随着区域经济发展和现代消费需求的增长,夜间经济发展空间上从核心大城市向地级市、县城乃至乡村扩张延伸,呈现出全域布局的态势;从业态内容上看,夜间经济开始从夜间观景向多维夜间深度体验转型,新业态、新模式、新产品不断涌现;从消费模式上看,从夜景区门票经济向综合产业消费拓展,面向青年一代的多元化、体验式消费越来越占据主体;从建设主体上看,夜间经济从政府主导建设到全社会共同参与转变,各类市场主体投资夜间项目的热情高涨。

近年来,我省各地也涌现出一些点亮夜间经济的标杆项目,对地方经济和知名度起了快速的拉升作用,对提振消费扩大内需起到了显著的带动作用。如2024年以来临沂市新琅琊不夜街区累计接待游客突破1000万人次,单日最大客流量超10万人次,引流激活街区及周边商业入住率、客流量、销售额分别增长45%、120%、135%,成为现象级的夜间文旅项目。2025年东平大宋不夜城春节期间接待游客39万人次,大年初一游客量突破8万人次,被誉为山东夜间旅游新地标。

从南北差异加以透视

由于地理气候、生活方式、价值观念、社会管理等各种原因,北方在夜间经济上存在诸多差异。南方气候湿润,生活方式闲适,夜生活持续时间长,消费者参与夜生活意愿强烈,夜间经济市场化程度高。北方气候寒冷,长期以来日出而作、日落而息的生活工作观念导致尚未形成夜间室外消费的习惯,夜间消费市场发育较为缓慢,夜间经济处于发展的爬坡阶段。

美团研究院发布的2024年全国夜间消费指数排名前十的城市依次为北京、上海、深圳、成都、广州、重庆、杭州、武汉、西安和长沙,北方仅有两座城市上榜。上海、杭州、南京、深圳等南方城市已拥有特色的夜间经济品牌与明确的发展战略,城市夜间综合配套设施完成整体升级,夜间经济娱乐化水平能与国际知名城市相媲美,就山东与南方相比来说,夜间经济发展急需解决的痛点难点较为突出:一是氛围不足。城市尚未形成夜生活的优雅环境和休闲氛围,能满足青年一代夜生活需求的沉浸式场景和夜间时尚娱乐区较少,夜间经济发展平台和综合供给体系尚未建构起来。二是创新不够。山东各地夜间文旅项目竞相闪亮登场,但同质化的模仿跟风很难成就爆款,具有全国亮点的创新型夜间项目匮乏,地方特色难以展现,面临消费升级的大众市场,夜间消费新业态新场景急需深入打造。三是运营不强。管理运营的体制机制落后,主体活力释放不足,夜间消费项目碎片化特征明显,经济链条构建不全,综合收益和品牌影响力有待提升。四是配套不全。公共服务相对滞后,夜间经济社会化支撑力薄弱,配套服务设施捉襟见肘,供需失衡的现象时有发生,在一定程度上制约着夜间经济的高质量发展。

因地制宜发展夜间经济

山东发展夜间经济既需要学习南方等城市的先进经验,又要坚持统筹兼顾、因地制宜,充分结合本地的自然文化资源,打造更加富有齐鲁特色的夜间经济新亮点。

架构夜间经济发展平台。将夜间经济作为城市发展的重要战略和扩大消费的重点工程对待,在摸清消费者的消费模式与消费习惯的基础上,因地制宜根据城市的等级、能级进行整体谋划,确立夜间经济的核心定位与发展布局。推进城市文化旅游资源与商业资源有机联动,城市基础设施与夜间经济有效配置,充分利用地标建筑、传统街区、文博场馆、娱乐设施、购物商圈,对标国际先进做法,有机融入国际化时尚元素,营造夜生活整体环境氛围与现代表品位,打造兼具城市历史文化与现时代时尚动感的夜间特色空间,构建夜间消费的核心商圈和集聚区,牵引夜间经济转型升级和提质增效,带动整个城市夜间经济上升到更高层次的发展能级。

创意夜间经济新业态新场景。把在地传统文化、特色非遗民俗等元素融入市集、街区、场馆、商圈之中,实施产品提升、业态创新、场景营造、微体位升级,打造具有创新性、辨识度和轰动性的夜间经济项目,生成更多具有本土生活化禀赋的夜游、夜娱、夜秀、夜食、夜购、夜健、夜读沉浸式文化场景,引入创意诸如“创意餐厅、深夜食堂、潮流夜市、24小时书店、无人超市、文创市集、光影演艺”等各种新型消费模式,达到消费者所追求的“文化仪式感”及其“在场体验”,推动各地夜间消费既旺丁又旺财。同时将夜间消费场景营造与现代科技相结合,引入人工智能、大数据等新技术为夜间经济赋能,推出沉浸式剧本杀、研学游、游玩娱乐等文旅新玩法,创造消费新体验,吸引新生代年轻人。

发力打造夜间经济品牌。通过营销创新、网红爆点、文化认同等多种方式提升夜间经济品牌影响力。组建短视频营销平台,加快实施直播推荐、自媒体共享等新型营销,加强与影视、音乐、动漫、游戏等投资、制作公司合作,打造网红品牌、时尚品牌,策划现象级夜间营销事件,邀请网红体验官线上联动,抢占流量高地,提高夜间经济品牌的关注度。结合季节特点和传统节日活动,大力打造文化认同感强、地域内涵丰富的夜间活动品牌,培育夜间文旅IP,吸引外地游客的注意力,激发本地居民的共鸣,将特色化的在地文化、夜间消费模式推向更大的受众面,保持品牌的长盛不衰,促使夜间经济循环格局的形成。

激活夜间经济体制机制。针对商业性很强的夜间经济,要积极引入市场主体,盘活城市存量资产,提升市场开放活跃度,形成富有市场活力和发展生机的夜间经济商业系统。同时作为一项涉及城市商业、市场监管、交通运输、治安、环保等多个部门的新经济形态,要大力推进城市管理体制改革,创设夜间市长、夜间区长、夜间点长、夜生活执行官、夜间CEO等,加强夜间经营环境的各部门协同监管,鼓励出台夜间经济扶持发展政策,顺畅夜间项目和经营活动的审批,营造优质的营商环境和夜间消费环境;推动精细化服务,提升夜间经济的综合治理能力,协调政府、企业商家、居民、游客等多个主体之间的关系和利益诉求。

综上,山东夜间经济发展机遇良好,处于蓄势待发的关键阶段,应当以市场为导向统筹投资决策、规划建设和运营管理的一体化,发挥政府部门和民间企业家的双向智力,深入挖掘地域特质文化元素,不断推动夜间经济高质量发展。

(作者系山东财经大学工商管理学院旅游系主任、副教授)

从周期性现象演化为系统性挑战,如何更好地释放消费潜力

统筹把握提振消费的关键之举

胡晓翥

在瓦解传统消费升级的微观基础。

此外,更深层次的矛盾在于财富效应机制的失灵。过去十年间,居民财产性收入占比始终徘徊在10%上下,与发达国家15%-20%的水平存在代际差距。2024年资本市场剧烈震荡,上证指数在2800-3200点区间反复拉锯,致使居民金融资产缩水约6.2万亿元。这种“工资增长乏力+财产收益波动”的双重困境,导致消费者信心指数在2024年4月下探至86.7的历史低位,预防性储蓄率却逆势攀升至36%,较2019年提高8个百分点。消费动能减弱已从周期性现象演化为系统性挑战。

第二,从支出角度看,传统消费支出占比高与新兴消费不足并存,导致供需错配。2024年传统消费引擎呈现“三高症候群”,根据国家统计局的数据显示,2024年我国居民用于住房、教育和医疗的三大支出占总支出的比例分别为22.2%、11.3%、9.0%,三者合计吞噬超四成的消费能力。特别是教育支出增速最快,达到9.8%,远高于住房支出2.8%和医疗支出3.6%的增长速度。与此同时,代表消费升级方向的文旅、智能家居等品类却面临供给断裂。比如,2023年国内高端民宿供给缺口达40%,智能马桶市场渗透率不足15%,与发达国家40%-60%的水平相差甚远。这种结构性矛盾在县域经济中尤为突出:有数据显示,三线以下城市家电换新需求增速达28%,但线下服务网点覆盖率仅为一线城市1/3,暴露出商业基础设施的梯度落差。

第三,从城乡结构上来看,2024年我国消费市场结构性矛盾还体现在城乡流通链条的“代际差距”成为制约内需释放的关键瓶颈。有研究报告显示,我国农产品流通损耗率高达20%-30%,而冷链物流的渗透率仅为20%左右,而发达国家普遍超过90%。数据还显示,中西部冷链设施覆盖率更是远低于城市,这就导致农村地区的生鲜农产品损耗率较高,直接削弱居民消费意愿。此外,智能终端设备渗透率以及农村地区智能零售终端覆盖率都发展得不充分,造成传统供销社体系以衔接现代物流网络,出现城乡流通体系的“二元结构”特征。这种二元结构问题不仅造成每年数万亿元潜在消费需求无法兑现,更导致城乡居民消费能级分化加剧。比如,2024年农村居民服务性消费支出占其总支出的比例是32.1%,较城市居民48.7%的差距已经扩大至历史峰值。然而,在新型城镇化与乡村振兴战略交汇期,破除流通设施实际壁垒已成为激活下沉市场、重构全国统一大市场的基础性命题。

提振消费的路径

当前,我国消费市场面临多重挑战。为了扭转这一局面,需从国家战略高度统筹谋划,以制度创新为核心,以供需双侧改革为抓手,系统推进消费潜力释放。现结合当前实际,笔者提出以下建议——

“无力消费、无意消费、无法消费”——

努力破解消费“三无”问题

刘学良

放以来,我国逐渐改变了过去重积累、轻消费的传统发展观念,对消费的供需两侧,即消费品的生产产业和居民消费的重视和支持力度都大大增加。党的十八大以来,随着我国发展阶段的变迁,在经济增长动力转换、收入分配结构改善等多重因素作用下,消费在国民经济中的重要性进一步提升。从支出法GDP看,最终消费支出占GDP比例从2013年之前十年(2003-2012年)的52.7%提升至2013年以来十年(2013-2023年),剔除2020年疫情暴发年份异常值的影响)的54.8%,最终消费支出对经济增长的平均贡献率则从2013年前十年的50.2%提升至2013年以来十年的61.8%。

尽管如此,国内需求不足,消费动力偏弱的问题仍然是长期困扰我国宏观经济调控的老问题,消费发挥的作用离我们的预期仍然存在差距。一方面,纵向看,我国最终消费支出占中居民部门的比例偏低而政府部门比例偏高,且居民部门占比有进一步下降的趋势。另一方面,横向看,我国的消费特别是居民消费占GDP比例相比国际水平仍然偏低。虽然在消费占GDP比例整体提升的带动下,居民消费占GDP的比例也有所上升(2023年占比39.6%,而2010年最低时占比只有34.9%),但美、英、法、日等发达国家和很多发展中国家这一比例普遍超过50%,即使考虑到各国人均收入水平的差异,中国与其他国家在人均收入水平基本一致的时期相比,我国的居民消费占GDP的比重还是要低很多。

“三无”问题的成因和破题思路

第一,深化对外开放合作,增强国内国际双循环联动效应。面对当前消费市场波动式表现,需重点强化对外开放的体系化建设。建议在若干具备条件的区域试点跨境产业链深度合作,联合东盟等经济体共建标准化认证体系,优先在数字贸易、跨境电商等领域简化审批流程。对于自贸试验区等开放平台,建议推动制度型开放向纵深发展。例如,在数据跨境流动、知识产权保护等领域探索“负面清单”管理模式,支持有条件的地区建设国际数据合作枢纽,吸引跨国公司区域性总部落地。通过提升开放能级,既扩大商品服务进口满足多元化消费需求,又为本土企业拓展海外市场创造通道,形成内外需协同拉动效应。

第二,优化营商环境,构建稳定可预期的消费环境。当前消费信心不足与政策执行中的波动性密切相关。建议在若干超大城市试点政策动态评估机制,由省级政府统筹建立跨部门联席审查制度,对涉企政策开展季度稳定性评估,明确涉及民生、市场主体等重大政策调整需提前定期公示并设置缓冲期。在法治化建设方面,建议选取部分商业活跃区域建设24小时法律服务中心,为企业提供跨境合规咨询,知识产权维权一站式服务。同时,建立营商环境负面案例清单制度,对政策执行推诿、选择性执法等问题实行“一把手”问责,通过制度化手段提升政府公信力。此外,需加强政策解读与成效传播,定期发布营商环境优化典型案例,增强市场主体对改革红利的感知度。

第三,激发实体经济活力,强化消费升级的产业支撑。建议将消费提振与实体经济振兴深度绑定。一方面,支持工业基础较好的城市挖掘本地禀赋资源,推动“工业遗产+文旅消费”融合创新,例如利用老厂房、旧码头打造沉浸式体验空间,开发工业旅游主题线路。另一方面,鼓励科技资源富集区域建设科技消费示范区,试点发放“前沿技术体验券”,支持消费者参与人工智能、元宇宙等场景应用,推动科技成果向消费端转化。在产城融合方面,建议在若干新城新区推行“职住商一体化”开发模式,对产城融合示范项目给予土地出让优惠。同时,优化商业空间布局,中心城区侧重高端消费载体建设,引入限量款首发、沉浸式展览等业态;非中心城区加强社区商业便利化改造,发展邻里中心、便民市集等接地气业态,形成多层次消费供给体系。

第四,推进差异化财税改革,释放中等收入群体消费潜力。针对当前税制对消费的抑制效应,建议在部分高收入城市群试点个税改革。例如,提高育儿、养老等专项附加扣除比例至实际支出的1.2-1.5倍,探索将家庭护理支出纳入抵扣范围。房地产税改革可实施“刚需保护”策略,对家庭唯一住房设定人均免税面积,超面积部分实行阶梯税率。调节储蓄与消费关系方面,可试点恢复大额存款利息免征收,将部分税款转化为数字消费券定向发放。对绿色家电、新能源汽车等消费信贷利息,允许按一定比例抵扣个人所得税。此外,建议研

究扩大消费税征收范围,适时将高端服务消费纳入税基,通过税收杠杆引导消费结构优化。

第五,创新财产性收入机制,夯实居民消费能力基础。建议加快社会保障基金市场化运作改革,在审慎监管前提下,允许住房公积金、医保金等按一定比例配置稳健型金融资产。建立收益共享机制,将超额收益的30%-40%转化为文旅、健康等领域消费补贴。同时,推动“消费权益证券化”创新,对特定领域大额消费发放商户分红凭证,使消费者既能获得即时商品服务,又可享受企业长期发展红利。在存量资产盘活方面,支持建立全国性耐用消费品估值流转平台,运用区块链技术实现汽车、电子产品等使用权分割交易。规范二手商品税收政策,对短期转让的非刚需资产按差额征税,持有满一定年限给予减免优惠,促进闲置资源循环利用。

第六,实施人口动态适配策略,挖掘结构性消费红利。针对人口流动新趋势,建议建立“人口-产业-消费”联动机制。在人口流入集中的城市群,实行商业用地供给弹性调整,每年新增若干常住人口配套增加社区商业综合体建设指标。对于老龄化突出区域,推广“时间银行”互助养老模式,允许志愿服务时长兑换生活服务或商品折扣,同步发展适老化智能家居、康复辅具租赁等银发消费业态。在青年人人口集聚区,试点建设“新业态就业社区”,配套共享办公、创客空间与沉浸式消费场景,发展夜间经济,快闪市集等年轻化业态。同时优化落户政策,将消费贡献、纳税额度等纳入积分指标,吸引高价值流动人口转化为稳定消费力。

第七,培育特色消费品牌,提升供给体系质量效率。建议实施“地域消费名片”培育工程,支持有条件的城市挖掘物候特征、文化遗产资源,打造国家级文旅IP。例如,沿候鸟迁徙路线建设观鸟主题度假区,依托非遗技艺开发沉浸式手作体验项目。在商品消费领域,推动重点城市建立民间收藏品鉴定认证中心,支持上海、北京等有基础的城市建设全国性艺术品评估交易平台,增强高端消费资源配置能力。在现代表流通体系方面,建议将智慧商圈改造纳入新基建支持范围,推广冷链物流“共享仓储”模式,将生鲜损耗率控制在较低水平。建设全国统一消费数据平台,实现跨区域消费补贴互认、积分通兑,优先在长三角、珠三角等区域开展试点。

总的来看,通过进一步全面深化制度创新与关键领域的结构性改革,预期短期内实现消费对经济增长贡献率和居民消费率的提升,形成若干具有全球影响力的消费中心城市和一批特色鲜明的区域性消费枢纽。这还需要中央与地方协同发力,在重点领域实施突破性改革,在风险可控前提下开展压力测试,逐步构建起供需互促、城乡协调、内外联动的消费新发展格局。

(作者系上海社会科学院世界经济研究所副所长,研究员)

破解消费需求已得到满足的“无意消费”问题,关键是要通过提供更高品质、更新体验的产品和服务,来创造人们对新产品的需求,支持“以旧换新”“设备更新”等方式的消费升级。要破解预期消费成本将下降而推迟消费的问题,关键是要加大宏观政策调控力度特别是消费政策支持力度,避免“轻踩油门急刹车”式调控,做好预期管理,提高社会通胀预期,避免形成消费的政策支持力度将进一步上升、消费成本将进一步下降的预期。

“无法消费”,是指既有收入、财富等消费能力支撑,也有消费意愿,但是由于公共政策限制等一些因素,使得出现无法消费、有钱没地花的现象。公共政策限制导致无法消费,主要体现在公共政策对一些消费的限制约束和限制使用上。例如,国内部分城市存在对汽车的限购政策,房地产领域也仍然存在很多地方性的限购措施,农村则往往存在在对农户自建房的限制性禁限措施,诸如此类政策限制直接约束了居民投资和消费潜力的释放。除了直接限制购买,还存在一些消费品使用的限制措施。例如,很多城市的河、湖等公共水域以安全为由禁止居民开展划船等休闲活动,这自然限制了皮划艇等产品消费。要破解“无法消费”问题,就要破除体制机制障碍,清理对消费和投资的不合理的限购、限用等措施,探索政策有无改进、优化空间。要避免政策“一禁了之”,做到“明令禁止”和“明令允许”相结合,而不是单方面只强调禁止。

(作者系中国社会科学院经济研究所研究员)

高质量发展 看消费

当前,我国消费面临三大挑战:收入增长预期弱和财富效应低压制消费意愿,供给侧中高品质商品服务供给不足,流通链条中城乡消费设施存在代际差距。这些系统性问题导致消费对经济增长贡献率有所下降,影响到新发展格局的构建。实践表明,依靠传统政策刺激难以突破内需瓶颈,必须实施涵盖收入分配改革、供给体系创新、制度环境优化的全面突围,在提升居民实际购买力的同时创造新型消费需求,才能实现从规模扩张向质量跃升的发展模式转型,为中国经济高质量发展提供持久动能。

三个角度看消费

近日,国家统计局发布数据显示,2024年社会消费品零售达48.33万亿元,较上年增长3.5%,居民消费倾向达68.32%。客观而言,这一结果显示,社零增长不及疫情前社会消费品零售年均8%以上增速的一半,而且居民消费倾向也显著低于疫情前2-3个百分点。这不仅折射出我国正在经历一场深层次的消费转型,阵痛,也暴露出国民财富分配、市场供需结构、社会预期管理等多重问题。

第一,从收入角度看,收入不高以及收入预期导致消费潜力难以充分释放。当前我国在收入初次分配过程中,劳动者报酬占比偏低,财产性收入尤其与发达国家同期较高比例形成鲜明对比。这种失衡的分配格局催生出双重挤压效应——

一方面,高额的住房支出吞噬居民消费能力的同时,对中国经济稳定的担忧抑制了居民潜在消费意愿。根据《2024年全国百城房价收入比调查研究报告》显示,一线城市的房价收入比高达26倍,其中深圳以34.8高居首位。特别是近年来在国际严峻复杂形势的作用下,居民潜在消费空间更是受到了压制。比如较早之前的一项研究报告指出,2021年上海城镇居民月均家庭工资收入约为11000元,月还贷金额约为4200元,占到家庭月均工资收入的37%。若考虑经营贷和普惠金融等,非商品消费支出约占家庭月均工资收入的一半,这还没有考虑赡养老人和教育子女等支出。如此之高的负债支出,势必挤压居民消费,加大家庭资产负债表恶化的风险。

另一方面,灵活就业群体增大,促使收入支撑消费的稳定程度持续下移。国家统计局数据,截至2023年底,我国灵活就业人员总量突破2亿大关,占全国劳动人口的27%。这意味着,每100位就业人员中,约有27位缺乏稳定收入和没有社保的灵活就业人员;某外卖平台内部数据显示,骑手日均接单量同比增加23%,但收入下降8%,服务业“内卷化”特征日益显著。这种“高劳动强度一低报酬回报”的悖论,正

消费偏弱问题有待破解

我国古代政治家、思想家和经济学家,辅佐齐桓公称霸的齐相管仲,早在春秋战国时期就提出了鼓励消费特别是富人消费,从而发挥促进民生、繁荣内需、刺激就业、扩大生产作用的经济思想。一些观点如“饮食者也,侈乐者也,民之所愿也”,“莫善于侈”,“俭则伤事”,“富者靡之,贫者为之”等成为中国古代经济思想中的瑰宝。

为鼓励消费,管仲甚至提出“雕卵然后淪之,雕然后爨之”(吃煮蛋之前要在蛋壳上先加雕绘,烧木柴之前要在木柴上先加雕刻)这样极端的比喻来论证鼓励高端消费乃至奢侈消费的思想。同时,“富者靡之,贫者为之”的思想和实践,也是缓解贫富两极分化,促进社会财富流动的重要手段。在古代以节俭为纲的治国思想中,管仲鼓励消费的智慧可谓独树一帜,不论是对两千多年前的春秋战国还是对于当代,都有着十分重要的借鉴意义。

党中央高度重视促进消费。改革开