

# 商超之变看中国新市面

“市面”，观察经济活力的窗口。

消费在恢复中持续变革，线上零售蓬勃发展，中国成千上万的实体商店、超市、便利店、购物中心正在经历前所未有的深刻变化。

近日，新华社记者走进市场开展调研，近距离观察中国实体零售的转型变革，探寻中国消费正在发生的时代变迁，力求揭示中国经济“市面”中蕴含的潜力、空间和活力。

## A 新零售：从人开始

新年伊始，火热的消费市场跃动着中国经济的活力。元旦假期，一批购物中心集中开业，多地商圈销售额和客流量大幅增长。中国联通智慧足迹大数据分析显示，全国43个重点商圈客流总量4254万人次，同比增长271.2%。哈尔滨中央大街、西安大唐不夜城、重庆解放碑步行街等热门商圈表现亮眼。其中，哈尔滨中央大街接待132.4万人次，较上年同期上涨465.3%，在这个冬天“爆火出圈”。

线下消费的稳步回暖，凸显中国消费市场持续恢复向好。国家信息中心大数据发展部大数据分处处长杨道玲说，“人气”是观察消费活力的最直观视角。通过观察线下消费行为最为集中的商圈周边人流量发现，2023年12月我国线下消费活力为108.2，高出2022年同期23.9个点，也是2023年该指数首次超过100，表现好于2019年基期水平，活力回升势头明显。

日趋发达的电商网购冲击下，百货店、超市、购物中心等传统消费场所努力在创新发展中探寻转型之路。武汉，九省通衢。隆冬时节，开业不久的永旺梦乐城武汉江夏购物中心里，人头攒动。2023年12月11日，武汉公交开通“江夏永旺梦乐城环线”，加强江夏区商圈、居民小区、地铁站与江夏永旺之间的公交接驳。江夏区并非武汉的传统商业中心，却是城镇化进程中新区的典型代表。“我们的投资着眼于未来五年。”永旺梦乐城(中国)投资有限公司董事总经理桥本达也这样说，永旺梦乐城聚焦有发展潜力的新区，中国广阔内陆提供了诸多投资机遇。

永旺作为亚洲大型综合零售及服务企业集团，目前已在华经营了近400家不同业态的店铺，未来两年还将在长沙和杭州新开3家购物中心。随着中国经济逐步恢复向好，消费回升势头明显，线下销售也持续恢复。2023年前11个月，社会消费品零售总额同比增长7.2%；其中，限额以上实体店零售额同比增长4.9%。中国连锁经营协会相关报告统计，2023年新开业购物中心约400家，超六成调查城市的便利店门店数量实现正增长。

记者在永旺梦乐城武汉江夏购物中心采访发现，体验式消费已取代购物成为吸引顾客的主要元素。打造超大娱乐体验区、搭建休闲生活交流空间、引入人气餐饮……永旺梦乐城江夏店21%的面积用来强化体验类业态。“疫情之后，人们更加重视和家人朋友之间的交流。武汉多雨，冬冷夏热，创造更多室内娱乐休闲空间，有助于延长客户滞留时间，而滞留时间和销售额是成正比的。”永旺梦乐城武汉江夏购物中心总经理能高拓也这样说。商务部研究院流通与消费研究所所长董超说，相较于线上消费的便捷优势，线下消费需要在“场景体验”功能上做文章，从关注“物质需求”向更加关注“精神需求”转变。除了交易本身，消费场景所创造的感受，以及与伙伴共聚、人与人面对面交流所激发的内在愉悦，是实体店零售空间的价值优势所在。

中信证券研究报告指出，2022年5月至2023年10月，中国零售类门店数量占比下降10%，餐饮业、休闲娱乐、生活服务类门店数量占比则分别提升5%、2%和2%。近年来，年轻消费、悦己体验、高端零售类门店逆势上扬。更加注重消费质量，消费重心从商品消费转向服务消费，消费需求不断细分——王府井集团股份有限公司党委书记、总裁尚喜平这样总结中国消费结构正在发生的变化。“人们追求美好生活的需求，是未来引领消费升级的主要方向。”他说。

西安曲江，大唐不夜城，浓浓古风让人仿佛“穿越”到千年前的长安城。元旦小长假，西安旅游订单量同比增长395%。其中，曲江新区就迎来111.52万名游客，实现旅游综合收入5亿元。苏州市纳入省级监测点的景区共接待游客338.5万人次，同比增长284.1%，较2019年增长34.5%。《华尔街日报》网站发文说：“中国买家正愈发转向本土品牌。”“国际品牌都在加大力度效仿中国本土的竞争对手，例如拓展线上销售渠道，并设计融入中国文化元素的产品。”记者采访的多家购物中心负责人认为，在商业三大元素“货、场、人”中，传统零售更多关注的是“货”和“场”，只要有好而全的产品，有好的商圈位置，就能获得成功；如今，新零售更多考虑从人的需求出发，借助大数据等新技术赋能，叠加文化、生活方式等元素，正在深刻改变传统商业的逻辑。

2023年8月，国家统计局首次对外发布服务零售额数据，涵盖交通、住宿、餐饮、教育、卫生、体育、娱乐等领域服务活动，成为中国消费转型的生动注脚。据统计，全国居民人均消费支出中，服务性消费占比已超40%。将视线转向广大三四线城市和县城市场，更能感受中国市场的广阔和多元。总部在河南许昌的胖东来超市，扎根许昌、新乡等当地市场，今年营业收入预估超过100亿元。活跃在东北地区的比优特超市，年销售额超过50亿元。据统计，我国县城及县级市城区人口占全国城镇常住人口约30%。远未得到充分开发的县域市场，吸引外资连锁机构加速布局。工银国际首席经济学家程实认为，重心下沉的市场与更新换代的需求将造就中国消费筑基的投资热点。预计我国人均服务性消费支出占消费总支出比重到2030年之后有望升至50%或以上。



2024年1月9日，游客在哈尔滨百年老街中央大街上游玩。新华社发

## B 新供应：引领需求

走进位于北京东三环的三源里菜市场，能感受到“国际范”和“烟火气”的交融碰撞。

这家菜市场不大，约130个摊位分布在一条170米长的通道两侧；却也不小，各类有品质的食材让人目不暇接。菜市场内开了一家咖啡馆，偶有艺术家在这里办展，有作家举行新书发布会，或是前来采购的小姐姐在这里喝一杯云南咖啡。

在咖啡馆，记者遇见刚买菜来打卡的一帆。一帆的购物袋里，有玉米笋、花生芽、文昌鸡……她说，今天准备给朋友做椰子鸡，这里的食材品质好，所以常来。菜市场，是一座城市最具烟火气的地方。近一段时间，越来越多年轻人到菜市场打卡，社交平台上关于菜市场的攻略笔记和浏览量大幅增长，一批“网红”菜市场应运而生。

消费端创新转型的另一面，是供应端的重构与变革。盒马向全球延伸的供应链为消费者带来更多“新鲜味”：仅需48小时，从江苏连云港捕捞上来的鲜活梭子蟹就能出现在贵州贵阳的线下店；榴莲、椰青、火龙果等热带进口水果，在冬季也能保证供应不断档……盒马有关负责人告诉记者，通过产地直采、包机直飞、打通绿色通道、以销定供、按需定制等方式，“用全球供应链做中国大市场”。

如果说“网红”菜市场通过跨界带来“新意”，生鲜超市通过打通链路带来“新鲜”，那么位于王府井大街的东安市场则是从源头端入手，用“新品”来顺应和引领消费。

开放通透的货柜，新式中国风视觉效果，设计师及潮流品牌……2022年1月，有约120年历史的东安市场重新改造后开业，转型为全球潮牌买手店，网罗国际潮流品牌约400个，近半数首次进入国内市场。“这次改造就是为了形成差异化竞争力，更好满足消费者个性化和细分需求，让东安市场这家老品牌时尚起来。”王府井集团自营管理部总经理、睿锦商品公司副董事长左静说。

中国市场无限广阔，对于供应者来说，挑战在于能否创造出有效供给，满足、激发乃至引领需求。传统实体零售积极拥抱变革，新的消费场景加快孵化。在湖北武汉，配置滑雪场和游乐场的武商梦时代成为新一代“网红”打卡地；杭州万象城的超市开设了杭书房；上海K11购物艺术中心打造的美术馆，自开业以来举办超过80场艺术展览、逾700场展览系列讲座……“商业+先锋试验场”“商业+人艺术”“商业+户外”……融合更多元素的“商业+X”，满足消费者多元需求。

“当前及未来，购物中心不仅是消费者日常的消费场所，还是反映城市美好生活的窗口，更是引领一个地区消费升级的重要空间。”裴亮说。为推进国际消费中心城市城市建设，北京计划2024年新开大型商业设施约110万平方米，其中新建约80万平方米，改造提升30万平方米，并将围绕街区、露台、滨水、浅山、赛事、演出、夜经济等方面，打造一批新的融合消费场景，让消费者生活更便利、更美好。从相互竞争到彼此融合，线上零售和线下零售的关系正在发生变化——线上零售所具有的商流、信息流和资金流优势，与实体店在物流、服务和体验方面的优势结合，正引发零售业的深层次变革。智能结算、自助售卖、即时配送……过去3年，盒马鲜生新开门店超过100家。在疫情和网购冲击下，一批实体商超逆势加快开店步伐，得益于线上线下相互赋能。物联网、大数据、云计算、人工智能……新技术赋能下，现代物流体系和现代化基础设施体系加快发展，牵引供给端持续升级创新，促进供给和需求实现更高水平动态平衡。

特征，形成每一家门店独特的消费记忆点。银发经济、健康经济、悦己经济、可持续经济……一个个细分垂直消费市场的不断涌现，是中国消费结构持续升级、空间不断扩大的生动写照。

2023年以来，通过一系列促消费“组合拳”，我国消费加快恢复，消费结构升级态势鲜明。2023年新能源汽车销量为949.5万辆，占新车总销量三成；2023年中国电影总票房达549.15亿元；前三季度，居民人均服务性消费支出同比增长14.2%，占居民人均消费支出比重提升2个百分点，最终消费支出对国内生产总值增长的贡献率达83.2%，消费对经济增长拉动效应更加凸显。

“中国经济正在稳步向消费驱动型转型。”咨询公司麦肯锡的报告认为，未来5年中国零售额将增加10万亿元人民币，这将使中国成为全球最大单一增长市场，增量规模相当于当下印度、印尼和韩国零售额总和。根据麦肯锡估算，2025年中国中高收入和高收入家庭数量有望达2亿户，2030年有望达2.6亿户。2025年，高收入城市数量预计达82个，到2030年达93个。不断推进的城市化和逐步提高的收入水平将持续拉动中国消费增长。纵观美国、德国、英国、日本、韩国等经济体发展历程，这些国家

人均国内生产总值突破2万美元时，内需结构均表现出“内需主导、消费引领”的特征。

中国宏观经济研究院经济研究所副所长郭丽岩说，随着我国向中等发达国家迈进，我国消费率和内需占国内生产总值比重将不断提高，这将是开启全面建设社会主义现代化国家新征程后我国培育和激发国内潜力的关键着力点。

“发挥超大规模市场和强大生产能力的优势”“推动消费从疫后恢复转向持续扩大，培育壮大新消费”“稳定和扩大传统消费”“增加城乡居民收入，扩大中等收入群体规模，优化消费环境”……2023年底召开的中央经济工作会议作出长远部署。一个潜力持续释放、不断转型升级的中国大市场，不断满足人民对美好生活的向往，为全球投资者带来更多机遇。

(据新华社电)

# “跳转广告”“诱导付费”…… 2023年第四季度消费维权舆情热点来了

央视网消息 据中国消费者协会官方网站消息，2023年第四季度消费维权舆情热点今日发布，详情如下：

2023年四季度，消费市场持续恢复提升，有关部门多措并举营造放心消费环境，平台及商家推出多种举措不断提升消费体验，尤其是微短剧等一些文化消费内容迎合了消费者的喜好而获得广泛关注，直播电商领域的多种引流，促销手段也吸引舆论聚焦。

中国消费者协会、人民网舆情数据中心、中国消费者杂志共同梳理发现，消费者不满直播电商“低价”“虚假比价”等问题，“摇一摇”跳转广告泛滥令消费者不堪其扰，变种“生鲜灯”存在“屡禁不绝”隐忧，短视频平台微短剧诱导付费等有关案例涉及的消费维权问题较为突出。

## 消费者不满直播电商“低价”“虚假比价”等问题

社会影响力:90.1

话题解析:

2023年四季度，消费者在电商直播间的不良体验引发舆论关注。有消费者称，有电商主播在带货美妆商品时内容低俗，引人反感，乃至有消费者向品牌方提出质疑称“品牌形象不要了吗”。此外，一些电商主播存在“虚假比价”争议行为，被质疑有误导消费之嫌。有消费者反映，一主播在销售一款洗发水时，出示的电商平台同款商品价格截图不完整，没有包含优惠信息；其在销售一款首饰时，用作对比的其余店铺的销售页面价格截图，实际上高于平台内官方旗舰店的价格。

舆论认为，直播间内主播等工作人员的不当行为，反映出其对保障消费者合法权益的漠视态度。对此，直播电商平台应到自我净化的责任，充分利用先进技术筛查、屏蔽涉嫌欺诈、低俗的直播内容。监管部门应创新监管方式方法，及时对违法违规主体加以惩治。要通过净化电商直播生态，让消费者在诚信环境中理性消费，不被各种套路“收割”。

## “摇一摇”跳转广告泛滥令消费者不堪其扰

社会影响力:79.1

话题解析:

2023年“双11”期间，“摇一摇”跳转广告泛滥之势引发诸多网民热议。不少网民在社交平台吐槽“互联网的尽头是摇一摇跳转到购物平台”“条条大路通电商”。打开一款APP时稍不留意就会跳转到另一款购物软件，导致网民只能“万分小心，就怕手抖”。江苏省消保委的一份调查数据显示，有九成投票者厌恶“摇一摇”跳转广告，认为此功能侵犯了自己的权益。社交平台上，“如何关闭摇一摇广告”等话题近年来不时引发网民热议，不少网民“想关又不能关”，而部分企业不仅没有针对消费者诉求改进相关服务措施，反而抓紧推广“摇一摇”跳转广告。

2023年2月，工信部发布《关于进一步提升移动互联网应用服务能力的通知》，明确要求规范此类“摇一摇”服务，但时至2023年底，平台类企业对于相关规定落实不彻底的现象依然存在。舆论认为，企业采取多种手段“引流”，需建立在对消费者权益的尊重之上，充分吸纳消费者的反馈意见，采取诸如调整“摇一摇”广告的触发参数等措施改善服务体验，而不是任意妄为甚至采取侵权手段，引来消费者厌恶。手机厂商也要采取相关措施，保障用户可以针对特定APP关闭相应的权限，回应消费者期盼。

## 变种“生鲜灯”存在“屡禁不绝”隐忧

社会影响力:78.0

话题解析:

多年以来，不管是农贸市场还是大商超，几乎都在使用“生鲜灯”。不少在灯光照射下呈现出良好品相，但消费者买回家后却发现有不少问题瑕疵，有上当受骗之感。2023年12月1日起施行的《食用农产品市场销售质量安全监督管理办法》明确禁用“生鲜灯”，引发舆论关注。12月初，市场上的商户大多将原本在档口悬挂的“生鲜灯”替换成了正常灯具，确保肉类生鲜商品“素颜”出镜，但也有消费者反馈称，一些商户采取给白炽灯“穿衣戴帽”等“伎俩”妄图“打擦边球”，给生鲜农产品“美颜”，侵犯消费者权益。

舆论呼吁，让“生鲜灯”绝迹，各方还应持续发力。农贸市场等应承担起主要的管理责任，督促商户合法合规经营，监管部门不仅要严惩违规使用“生鲜灯”欺骗消费者的商户，还要适时妥善回应社会各方关于如何界定合规灯具、明确变更擦边球行为的舆论关切，以确保“禁令”落地见效，切实维护消费者权益。

## 短视频平台微短剧诱导付费

社会影响力:75.2

话题解析:

2023年12月，“爸妈上瘾微短剧”相关话题引发舆论热议。当下快手、抖音、腾讯、爱奇艺等平台均推出大量微短剧视频，其中有的需充值平台会员或付费购买剧集才能观看全部内容，一些微短剧视频内容存在诱导消费等问题，导致不少中老年消费者遭遇侵权。社交平台上网民晒出的账单显示，父母的微短剧订单少则数千元，多的甚至达到数万元，其中不少订单均为自动扣款。南方都市报客户端报道称，中老年人对使用手机不熟练，在受到“解锁一集只需0.9元”等广告宣传诱导后，很难注意到“默认下一集自动解锁”等选项，导致其在不知情的情况下购买了全部微短剧剧集。待子女们发现后，却面临着申诉手续繁琐、能追回的金额聊胜于无的尴尬境地。

微短剧这一新兴网络文化消费领域存在的乱象受到各方重视，2023年11月，广电总局宣布启动为期一个月的网络微短剧专项整治工作，加快制定《网络微短剧创作生产与内容审核细则》，抖音、快手、微信等平台也集体宣布将采取措施打击违规低质微短剧。舆论呼吁，微短剧市场规模不断扩大，相关部门需制定更加详细的规范以净化行业生态，影视从业者、平台方也应责任意识推动微短剧行业高质量发展。

**公示** 根据市政府关于历史遗留不动产办理的相关规定，现对以下房屋的不动产公示如下：本人杨立生，为阿城区河东街东新区D6号楼3单元4层01室，面积59.25平方米房屋的现实人，该房屋用途为住宅，由本人实际占有，本人已自愿承诺该不动产权属无争议，申请办理不动产登记，所提供申请材料均真实有效，并自愿承担由此产生的一切相应后果和法律责任。如对上述房屋所有权人存在异议的，请在公示发布之日起15个工作日内，向哈尔滨市阿城区政府房屋征收服务中心和哈尔滨市阿城区不动产登记交易服务中心提出异议申请。哈尔滨市阿城区政府房屋征收服务中心地址：阿城区师范家园小区；电话：56567069。哈尔滨市阿城区不动产登记交易服务中心地址：阿城区上大街78号；电话：53782095。

**门市出租 中通快递出租** 出租门市出租，中通快递出租，有意者请联系：13624509248。13624509248。13624509248。

**服装出租出售 写字楼出租** 服装出租出售，写字楼出租，有意者请联系：15145079426。15145079426。15145079426。

**写字楼出售 房产出售** 写字楼出售，房产出售，有意者请联系：13686672927。13686672927。13686672927。