



2023年消费热点分析及2024年趋势展望

作者：刁倩

电话：13488659604

邮箱：diaoqian@xinhua.org

编辑：杜少军

审核：张 骐

官方网站：www.cnfic.com

客服热线：400-6123115



2023年是疫情后消费逐渐复苏的大年。根据统计局发布的数据显示，2023年社会消费品零售总额超过47万亿元，总量创历史新高，显示出我国消费市场的韧性和广阔性。

2023年，消费政策不断提质增效，消费热点频出，消费所焕发出来的活力也重新成为经济增长的主动力。2023年，最终消费支出对经济增长的贡献率是82.5%，提高了43.1个百分点，消费的基础性作用更加显著。

本报告依托于2023年消费热词对消费热点进行分析，并通过剖析背后深层社会原因，展望2024年消费趋势：一是消费市场或更加内卷，性价比仍是消费主旋律；二是情绪价值的满足将覆盖产品、服务全流程；三是更重视健康等老年消费需求；四是县乡消费市场仍具有潜力等。

目录

一、2023 年消费热点分析.....	3
1.消费更理性，注重性价比.....	3
2.为快乐买单，带有情绪价值的服务消费较快增长.....	3
3.新生活方式带来更多新消费场景.....	3
4.“村超”火出圈的县乡消费正茁壮成长.....	4
二、消费热点背后的原因分析.....	4
1.消费理性背后是预期的变化.....	4
2.消费升级是消费心理的更高层级满足.....	5
3.新生活方式背后是人口结构的变化.....	5
4.县乡消费快速增长的背后是乡村振兴.....	5
三、2024 年消费趋势展望.....	6
1.消费市场将更加内卷.....	6
2.情绪价值的满足将覆盖产品、服务全流程.....	6
3.更重视健康等老年消费需求.....	6
4.县乡消费市场仍具有潜力.....	7

图表目录

图表 1：近年来消费者预期及信心指数均处于低位.....	4
图表 2：近年来 60 岁以上占总人口比重逐年上升.....	5
图表 3：近年来农村及城镇可支配收入增速及支出占比.....	6

2023 年消费热点分析及 2024 年趋势展望

2023年是疫情后消费逐渐复苏的大年。根据统计局发布的数据显示，2023年社会消费品零售总额超过47万亿元，总量创历史新高，显示出我国消费市场的韧性和广阔性。

本报告依托于2023年消费热词对消费热点进行分析，并通过剖析背后深层社会原因，展望2024年消费趋势：一是消费市场或更加内卷，性价比仍是消费主旋律；二是情绪价值的满足将覆盖产品、服务全流程；三是更重视健康等老年消费需求；四是县乡消费市场仍具有潜力等。

一、2023年消费热点分析

2023年，消费市场出现诸如“反向消费”“多巴胺经济”“淄博烧烤”等热词，这些热词的背后都折射出了消费市场的变化。而梳理2023年消费“热词”，我们可以看出2023年消费市场有如下热点变化。

1. 消费更理性，注重性价比

2023年，青年人在消费时更注重性价比，追求品质而不单纯是品牌，这也是更加务实的一种消费态度。“反向消费”在2023年10月登上微博热搜第一，指的是年轻人不再单纯认为贵就是好，而是既追求品质又追求性价比。“可以买贵的，不能买贵了”是年轻人真实的心理写照。

“不是大牌买不起，而是国货更有性价比。”随着消费者品牌认知改变，更具文化自信、高品质、高性价比的国货品牌崛起，受到更重视性价比消费者的青睐。2023年，蜂花、鸿星尔克、郁美净等诸多国货品牌直播间内销量翻倍，这“泼天的富贵”终于轮到了国货品牌。

2. 为快乐买单，带有情绪价值的服务消费较快增长

“多巴胺经济”在2023年“双11”迎来爆发。所谓“多巴胺经济”，是指以娱乐、愉悦自己为目标，把个性、爱好装入购物车的情绪消费。《2023青年消费调研》显示，近一半年轻人愿意为情绪价值消费，人们从单纯的“购买-使用”，变成主动参与、沉浸其中的体验者。特种兵旅游、“在上班与上进之间，选择上香”的寺庙游、City walk、吃淄博烧烤，以及2023年末出圈的哈尔滨旅游，都是饱含了浓重情绪价值的服务消费。

3. 新生活方式带来更多新消费场景

2023年以来，新的生活方式随着抖音、快手等短视频平台逐渐流行起来，户外活动也成为生活必不可少的部分。“围炉煮茶”“养生奶茶”“中药咖啡”“citywalk”“夜间经济”“户外运动”“直播购物”等新的生活方式逐渐流行。新生活方式更重视健康、运动。同时，随着抖音、快手等

短视频平台的兴起，直播购物也成为消费者购买商品的重要补充渠道。

4. “村超”火出圈的县乡消费正茁壮成长

2023年5月贵州“村超”足球赛开赛以来，贵州省黔东南苗族侗族自治州榕江县吸引了全国各地大量游客。据榕江县政府统计，“村超”举办一个月时间内，榕江县接待游客107.37万人次，同比增长39.73%，实现旅游综合收入12.41亿元，同比增长52.08%。而2023年末走红的“哈尔滨冰雪旅游”，通过线上线下的融合也带动了哈尔滨雪乡及相关县镇的消费。

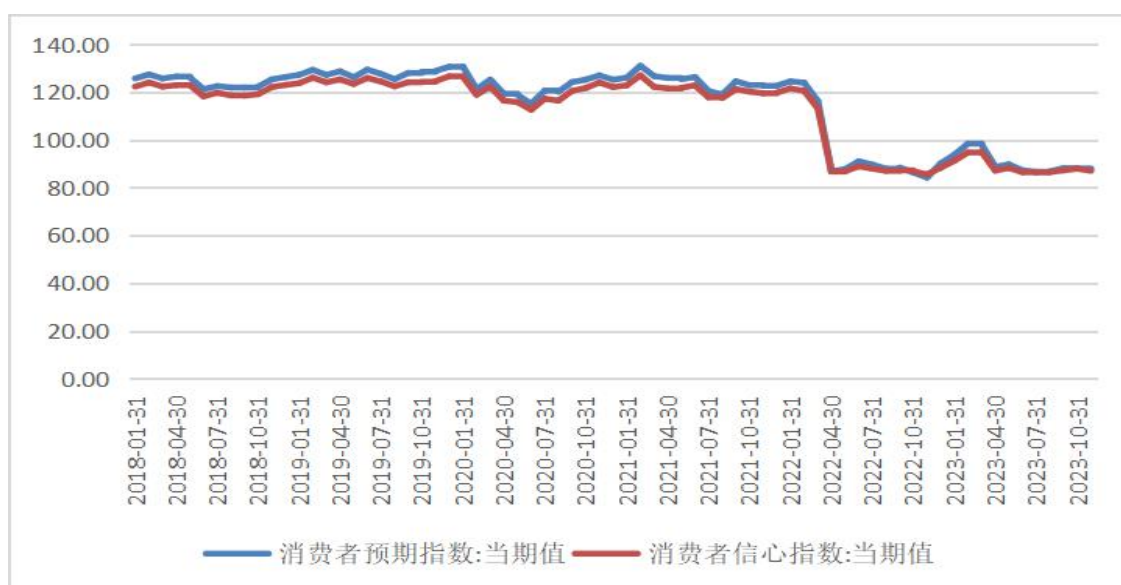
同时，随着县乡消费市场基础设施不断完善，有效供给持续扩大，乡村市场消费快速增长。“新能源汽车下乡”“绿色家电下乡”等活动也推进了县乡消费市场潜力的释放。根据苏宁易购发布的下沉市场“双节消费洞察”，县域消费升级趋势明显，激光电视增长253%，万元以上的大屏彩电增长超400%。

二、消费热点背后的原因分析

1. 消费理性背后是预期的变化

疫情三年消费市场受到冲击比较大，不少接触型、聚集型的消费都出现萎缩，而随着疫情防控平稳转段，经济社会全面恢复常态化运行，消费市场也逐渐恢复。值得注意的是，在恢复过程中，居民及企业预期都相对保守，这从较高的储蓄率中可见一斑。消费的理性是来源于对未来收入的预期约束。在这样的预期下，消费将会量力而行，呈现为更加理性的状态。

图表 1：近年来消费者预期及信心指数均处于低位



来源：新华财经

2. 消费升级是消费心理的更高层级满足

从马斯洛需求层级来看，基本的生存需求以衣服、食物为主，它的增长是稳定的，而更高的安全需求、社交需求、尊重需求以及自我实现需求的满足可为消费市场提供更多的空间。在疫情之后，类似活在当下等感悟为快乐消费提供了温床。于是，“多巴胺经济”“淄博烧烤”“哈尔滨旅游”等把重心放在提供情绪价值的服务消费，都获得了消费者的认可，带来了“现象级”的销售收入。

3. 新生活方式背后是人口结构的变化

从目前人口结构来看，我国已经进入老龄化社会，60岁以上老人占比不断增长，15岁以下儿童占比逐渐降低。这都对消费市场的结构产生变化。这一年来的“养生奶茶”“中药咖啡”“白酒咖啡”“户外活动”等产品都契合了年长一代人的需求，也带动了年轻一代对身体健康的关注和追捧。

要注意的是，2023年60岁以上老人占比突破20%，这意味着平均5个人之中就有一位是60岁以上老人。这也将加快消费结构向老年人需求转变。

图表 2：近年来 60 岁以上占总人口比重逐年上升



来源：新华财经

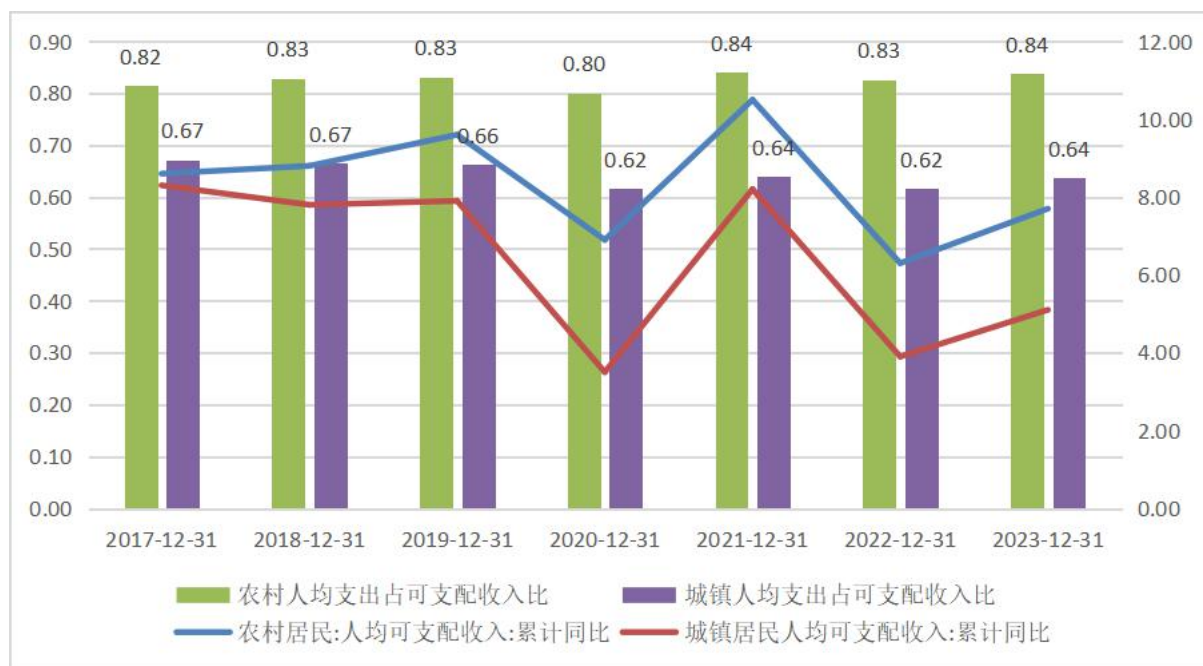
4. 县乡消费快速增长的背后是乡村振兴

县乡消费的快速增长得益于县乡基础设施的不断完善，以及近几年来乡村振兴带动起来的县乡产业的大发展。2017年，十九大报告中提出乡村振兴战略。在乡村振兴战略的带动下，农村产业包括旅游业等逐渐发展壮大，2017年之后农村人均可支配收入增速较快提升，其增速明显快于城镇人均可支配收入增速。

同时，由于县乡的住房负担等情况相较于大城市小得多，因此农村人均支出占可支配收入的比

例比城镇人均支出占可支配收入的比例要大很多。2023年底农村人均支出占比高达0.84，即收入100元钱能支出84元。简单来说，县乡的居民更能大胆的消费，与自身收入相比，有更多的空间可以消费。在近年农村居民收入不断增长的情况下，县乡消费市场还有更大的潜力。

图表 3：近年来农村及城镇可支配收入增速及支出占比



来源：新华财经

三、2024年消费趋势展望

1. 消费市场将更加内卷

在消费信心及预期还未完全恢复下，性价比将是消费市场的主旋律。因此，不管是线上的电商消费，还是线下的餐饮、旅游出行、教培等服务消费，都将是性价比来进行比拼。各商家需要精准自己的定位和用户对象，并为用户提供更优质、更满意的产品及服务。而扩大和恢复消费的政策仍将继续加大，这在一定程度上给了消费者们优惠和便利，可以在保护商家利益的情况下，进一步提供给消费者优惠，促进消费成效。

2. 情绪价值的满足将覆盖产品、服务全流程

更漂亮的商品包装、更亲切的柜台展示、更满足消费者心理需求的服务方式都将贯穿整个消费链条。情绪价值的满足需要了解用户的心理诉求，以及结合自己的产品定位来进行营销。2023年末火遍大江南北的“科目三”“尔滨”旅游等相信在2024年也会有如此现象级的消费亮点出现。

3. 更重视健康等老年消费需求

2024年1月，国务院办公厅印发《关于发展银发经济增进老年人福祉的意见》，提出要加快银发经济规模化、标准化、集群化、品牌化发展，培育高精尖产品和高品质服务模式。这里面蕴含了大量的消费潜力，不仅包含围绕老年人身体健康、品质生活等衣、食、住、行的消费范围，还有由老年人带动下形成的一系列的生活理念的转变。比如2023年的老年大学火了，也带来了更多年轻人的参与等。

4. 县乡消费市场仍具有潜力

美团研究院于2024年1月发布的县域生活服务报告显示，我国县域居民生活服务消费潜力强劲，在线化率稳步提升，2023年前三季度县域生活服务消费总体复苏步伐稳健，餐饮、美业、休闲娱乐等主要品类消费快速发展。2024年更多的是要考虑因地制宜，围绕消费需求相对旺盛的产品进行发展，打造县域消费新场景，全面激发县域居民消费潜力。

重要声明

新华财经研报由新华社中国经济信息社发布。报告依据国际和行业通行准则由新华社经济分析师采集撰写或编发，仅反映作者的观点、见解及分析方法，尽可能保证信息的可靠、准确和完整，不对外公开发布，仅供接收客户参考。未经书面许可，任何机构或个人不得以任何形式翻版、复制、刊登、转载和引用。