

大促“麻了”、平替“很香” 消费“减负”≠消费“降级”

“

说一件事证明你消费降级了”话题,前不久登上了微博热搜。在社交网站“豆瓣”上,“今天消费降级了吗”小组成员超过36万人。抖音、B站、小红书等社交媒体上,出现了省钱类博主,“薅羊毛”“拼团”“平替”成为购物搜索的关键词。

今年“6·18”期间,阿里和京东销售额增速双双下降,主打低价市场的拼多多则业绩猛增。面对各大电商平台的折扣促销,有些年轻人表示“已经麻了”“不买立省100%”正成为一种选择……



消费者在选购饰品 王全超 摄

消费转向正在发生

多方信息反馈,当前消费转向正在发生。

然而,这是否能够说明,中国是否进入了“低欲望社会”呢?低欲望社会,是研究战略管理的日本学者大前研一提出的概念。他认为,在经历了通货紧缩、经济持续低迷的20年后,许多日本年轻人既不愿意结婚生子,也不愿意买房买车,“低欲望”是这一群体的共性特征。

显而易见的是,中日国情不一样,产生这种现象的背景不一样。两国的国土面积相差悬殊,地大物博的中国,经济社会复杂程度要远甚于日本。至少不能说,“低欲望”是目前中国年轻人当中普遍存在的现象。

当然,也不可否认,“低欲望”在国内年轻人中得到了一些共鸣,“反向消费”“二手消费”“极简消费”乃至“断舍离”理念得到了一部分人的认可。有的年轻人开始热衷在名创优品这类“十元店”消费,有的把自己闲置的物品拿出来变现,还有的转向对文化、艺术、体育以及付费知识的消费。在他们看来,这是“更聪明的消费”,是一种了解自己真实需求的有效消费。

如此看来,年轻人的欲望也许不是变得“萎靡不振”,而是当物质丰富到“唾手可得”、渠道便捷到“极速可达”,欲望更加容易得到满足之后,要么向着更高层次的需求发展,要么变得索然无

味,表现出一种所谓的“低欲望”状态。

低欲望,是一种表象。围绕“消费降级”这一话题,因理性而消费“减负”,或许并不应该被视为消费“降级”,某种意义上更是一种消费“升级”。对于不少热衷于买买买的年轻人来说,相较于纠结消费有没有降级,更需要反思的是,如何不受欲望的裹挟,不去追求浮夸,减少不必要的浪费,拒绝过度透支未来的超前消费。

如今,越来越多的年轻人既不想对生活质量将就,又想与过度消费保持距离,开始有意识地将“不花钱”“少花钱”变得合理化。这些似乎都预示着一种理性消费意识

的觉醒。

“我喜欢喝这个口味的奶茶”“我也穿这个牌子的衣服”“我买了某某的书(课)”……很多时候,作为消费主力,年轻人的消费行为,触发的除了当事人纯粹的物质需求,还更凸显为一种文化符号和社群认同的纽带,乃至引领社会生活价值归属。

“消费降级”话题,近来频频被提起,持续被热议。所谓消费者不花钱、少花钱,一个值得注意的维度是消费观念出现了“拐弯”。同时,随着各种灵活就业变得常态化,预防性储蓄有所增加。经过疫情的冲击,年轻人对未来的预期变得更加理性,未雨绸缪应对风险的意识正在增强。

最被倚重的“一驾”

值得一提的是,进入高质量发展阶段,过往“投资越多发展越快”的路径依赖,正在逐步被打破。在当前经济复苏的关键阶段,扩内需被提到新的高度,消费成为经济增长“三驾马车”中最被倚重的“一驾”。

面对全球经济低迷,越来越多人相信,经济增长主要受阻于人们的消费能力。只有内需起来了,与消费相关的制造业、配套服务业才能起来,经济才能迎来新的上升周期。前提是让劳动者有再生产和消费的财富积累,也就是提升居民

收入和福利待遇水平。国家发展改革委近日发布的《关于恢复和扩大消费的措施》提出,突出体现大众化、普惠性,营造便利消费、放心消费环境,不断提升消费便利度、舒适度、满意度。

眼下,全国各地纷纷围绕提振消费出台政策措施,从“扩大消费券规模”到“购车补贴延期”,从淄博“烧烤”到贵州“村超”、石家庄“摇滚”,各地拿出真金白银与奇招妙招刺激消费、发送“大礼包”。更有地方在政策中明确提出,将实施“城乡居民收入十年倍增计划”,要

推动“高校毕业生稳定增收”以及“健全公共服务体系,合理减轻中等收入群体负担”等。

可以看出,地方对于经济增长的逻辑理解得愈发深刻,中国消费市场在部分领域出现了边际好转。不能让这些好的政策停留在纸上,让居民消费只在某些方面得到改善,一些地方的促销举措更不能成为表态式“盆景工程”。

提振消费,最终将直面深层次矛盾,探索建立和完善长效机制。《关于恢复和扩大消费的措施》提

出,持续深化改革,加快清理制约消费的各种规定和做法,有序破除消费领域的体制机制障碍和隐性壁垒,促进不同地区和行业标准、规则、政策协调统一。

归根到底,还是要把教育、医疗、保障性住房搞好,使社会保障体系健全起来,让地方财政支出“花在刀刃上”,真正放到改善民生上,让各类消费群体都有稳定收入“能消费”,没有后顾之忧“敢消费”,并构建好“易消费”的环境,引导“愿消费”的信心与预期。

(据《半月谈内部版》)