

居民 24 小时

时间都去哪儿了

关注居民时间利用中“收”与“支”相关的项目。

- 根据 2024 年统计局全国时间利用调查结果，我们大致给工作的“居民”侧写一个刻板画像：早上 8:00 起床；用了 15 分钟洗漱打理，8:15 出门；20 分钟通勤之后，8:35 到达单位；吃早饭用了 20 分钟，8:55 开始进入工作状态；经过 3 个小时的工作，12:00 开始用午餐；40 分钟的午餐之后，紧接着是 45 分钟的午休；下午的工作从 1:25 开始，直到 5:00 下班；回家的路上，交通 30 分钟，再用 15 分钟买了晚饭需要的材料，5:45 到家；从 5:45 到 8:00 之间，做饭、吃饭、整理家务；从 8:00 到 10:30 之间，陪伴家人、健身、休闲娱乐；然后用 30 分钟洗漱；11:00 开始睡觉，直到第二天早上 8:00。
- 但实际上居民的一天远不只以上的“共性”，除去吃饭、睡觉、洗漱、交通这些高度一致的每日行为，居民的生活更多体现的是“个性”：6-17 岁的青少年每天有超过 8 个小时在学习，超过半七成 18-59 岁的中青年每天有将近 8 个小时在工作，60 岁以上的老人中仍有约 1/3 每天工作接近 6 个小时；更遑论参与率相对低的如家务劳动、陪伴照料家人、购买商品或服务、运动健身、社会交往等大类，在城乡、年龄等多个方面存在的差异。
- 另外，从时间维度看，2024 年的一天已经与 2018 年天翻地覆了：居民用更多的时间工作、交通、娱乐，用更少的时间做家务、陪伴家人、购买商品和社交。我们认为这些变化背后有两个主要原因，一是家庭户基本构成变化，影响了居民的行为范式，具体来说，一人户占比和数量上升，使得更多调查样本不体现“陪伴家人”等分类，同时也减少了“做家务”等分类的时间；二是互联网已经深刻的影响了我们的生活方式，比如网络购物更加发达，外卖在用餐方面的影响明显加深，交通中共享单车和网约车的影响范围变广，娱乐方式更加依赖网络平台等等。
- 基于当前通信技术持续发展和 AI 快速发展的特点，我们认为基于 2024 年居民时间利用调查结果，未来居民的时间分布可能有几个变化方向：一是互联网对居民工作和生活的影响程度进一步加深，参与率进一步提升至 95% 以上，其中特别值得关注的是 6-17 岁人群每日上网时间，可能受到“互联网+教育”的影响明显提升；二是 AI 将较大程度上提升居民工作效率，但对有酬劳动的日均时间影响存在不确定性，特别是在 AI 技术应用初期，可能存在 AI 与人力劳动之间的替代效应，但随着 AI 技术的发展和成熟，不排除部分公司可能出现小型化、远程化、轻资产化的特点；三是科技进步可能逐步体现在家务劳动时间缩短、运动健身和文化休闲娱乐时间增加等方向。
- 从“投资于人”的角度看，我们认为可以从居民“收”和“支”两方面关注：居民收入主要来自四个方面，工资性收入、财产性收入、经营净收入和转移净收入，从居民时间利用的角度看，保持和提升中青年有酬劳动参与率、优化 18 岁以下就业人口劳动环境、提升 60 岁以上人口社会保障，是稳定和提升工资性收入的重要举措，在此之外，提升对居民时间占用较少的财产性收入，是另一个值得关注的渠道；居民支出方面，与时间强相关且能提升生活质量和获得感的，我们认为可以分为投资性支出、商品类消费支出和服务类消费支出，前者主要集中在学习培训，年龄段也主要集中在 6-17 岁，后两者对经济增长的拉动更明显，但从时间利用看，购买商品或服务和文化休闲娱乐等普遍存在要么参与率低，要么比较依赖休息日的情况，考虑到服务消费的“假期效应”更明显，因此促进居民消费释放的一个关键点，或是取消法定假期调休和落实带薪休假制度。
- 风险提示：全球经济增长偏弱；科技发展和应用偏慢。

相关研究报告

《策略周报》20260419

《经济数据开门红、货币政策仍可期》20260419

《宏观和大类资产配置周报》20260419

中银国际证券股份有限公司
具备证券投资咨询业务资格

宏观经济

证券分析师：张晓娇

xiaojiao.zhang@bocichina.com

证券投资咨询业务证书编号：S1300514010002

证券分析师：朱启兵

(8610)66229359

Qibing.Zhu@bocichina.com

证券投资咨询业务证书编号：S1300516090001

目录

1. 居民 24 小时录	5
第三次全国时间利用调查的基本背景	5
时间都花在哪儿了	5
参与率差异很大	7
2. 对比 2018 年的时间利用调查	10
3. 创造“收入”的时间：有酬劳动	12
中青年劳动群体工作时长的地区差异	12
老年劳动群体的工作日休息日差异最小	13
青少年的有酬劳动时间不短	13
4. 创造“消费”的时间：无酬劳动和个人自由支配活动	14
无酬劳动与购买商品或服务	14
个人自由支配活动与文化休闲娱乐	15
哪种消费的“假期效应”更大：统计局月数据验证	16
5. “时间”即“流量”	23
6. 居民 24 小时：画像和演变	25

图表目录

图表 1. 居民及分年龄段的每日时间利用情况（单位：分钟）	5
图表 2. 居民时间利用各分类参与率	6
图表 3. 居民及分年龄段的每日时间参与率情况（单位：%）	7
图表 4. 6-17 岁以上居民工作日时间分布（单位：%）	8
图表 5. 6-17 岁以上居民休息日时间分布（单位：%）	8
图表 6. 18-59 岁以上居民工作日时间分布（单位：%）	8
图表 7. 18-59 岁以上居民休息日时间分布（单位：%）	8
图表 8. 60 岁以上居民工作日时间分布（单位：%）	9
图表 9. 60 岁以上居民休息日时间分布（单位：%）	9
图表 10. 对比 2018 年时间利用调查结果和 2024 年 18-59 岁人群的调查结果（单位：分钟）	10
图表 11. 2024 年居民分类上网时间调查结果（单位：分钟）	11
图表 12. 有酬劳动参与者按年龄划分每日平均时间（单位：分钟）	12
图表 13. 各地区 18-59 岁参与者工作日工作时间	12
图表 14. 各地区 18-59 岁参与者工作日/休息日工作时间差	12
图表 15. 60 岁以上居民在工作日和休息日的有酬劳动参与率	13
图表 16. 6-17 岁参与有酬劳动的居民在工作日和休息日的工作时间	13
图表 17. 无酬劳动参与者按年龄划分每日平均时间（单位：分钟）	14
图表 18. 购买商品或服务的参与者分年龄段在工作日和休息日的日均时间差异 ..	15
图表 19. 个人自由支配活动参与者按年龄划分每日平均时间（单位：分钟）	15
图表 20. 文化休闲娱乐活动的参与者分年龄段在工作日和休息日的日均时间差异 ..	16
图表 21. 社零和限额以上社零增速差异	17
图表 22. 限额以上日用品消费额月环比规律	17
图表 23. 限额以上耐用品消费额月环比规律	17
图表 24. 限额以上弹性消费品消费额月环比规律	17
图表 25. 用 CPI 同比增速校正后的实际社零同比增速代表性	18
图表 26. 粮油食品类消费剔除价格影响的月环比规律	18
图表 27. 服装鞋帽类消费剔除价格影响的月环比规律	18
图表 28. 石油及制品类消费剔除价格影响的月环比规律	19
图表 29. 通讯器材类消费剔除价格影响的月环比规律	19
图表 30. 汽车类消费剔除价格影响的月环比规律	19
图表 31. 家电类消费剔除价格影响的月环比规律	19
图表 32. 从居民人均消费看服务消费的季节性	20
图表 33. 服务价格月环比规律	20
图表 34. 家庭服务价格月环比规律	20
图表 35. 交通工具使用和维修价格月环比规律	20

图表 36. 教育服务价格月环比规律.....	21
图表 37. 旅行社及其他旅游服务价格月环比规律.....	21
图表 38. 网上实物和非实物商品零售额在社消占比.....	21
图表 39. 网上商品和服务零售额增速明显偏高.....	21
图表 40. 2025 年全年度重点监测分商品网络零售额占比.....	22
图表 41. 分商品网络零售额与限额以上单位零售额比例.....	22
图表 42. 各地区城镇和农村互联网使用参与率.....	23
图表 43. 各地区农村的工作日和休息日互联网参与率.....	23
图表 44. 互联网使用参与者按年龄划分每日平均时间（单位：分钟）	24

1. 居民 24 小时录

第三次全国时间利用调查的基本背景

2024 年统计局实施了第三次全国时间利用调查。¹

此次调查的现场调查时间为 2024 年 5 月 11 日-31 日，调查对象以 15 分钟为间隔，记录周一至周五其中一天、周六至周日其中一天，共两天的时间利用情况。

第三次全国时间利用调查的调查范围首次扩大到 31 个省（区、市）及新疆生产建设兵团。

调查对象为抽中调查户和该户中 6 周岁及以上常住成员，全国共调查 3.85 万户家庭、10.7 万人，其中，男性 5.3 万人，女性 5.4 万人；城镇 6.4 万人，农村 4.3 万人。调查对象首次增加 6-14 周岁年龄段人员。

第三次全国时间利用调查将居民一天中的活动划分为 6 个主要活动领域、13 个主要活动大类。

居民主要活动领域包括个人生理必需活动领域、有酬劳动领域、无酬劳动领域、个人自由支配活动领域、学习培训领域、交通活动领域等 6 个领域。

居民主要活动大类包括睡觉休息活动、个人卫生护理活动、用餐或其他饮食活动、交通出行活动、劳动就业活动、学习培训活动、家务劳动活动、陪伴照料家人活动、购买商品或服务活动、看病就医活动、运动健身活动、文化休闲娱乐活动、社会交往活动等 13 个大类。

时间都花哪儿了

“居民”的 24 小时

如果说最为强制公平的事，那么应该就是每个人每天都是 24 小时。24 小时当中，每件事对时间的占用都是此消彼长的。在“反内卷”作为政策关键词的当前，这份时间利用调查报告还是有几个数据非常超预期的。

第一个就是睡眠时间。居民的每日平均睡觉休息时间竟然有 9 小时 46 分钟，即便区分了工作日和休息日，工作日每天还有 9 小时 35 分钟，即便我们假设午休 35 分钟，那么平均每天睡眠 9 小时，相当于 11 点睡 8 点起。反正一线城市打工人没想象过这么宽绰的日子。

图表 1. 居民及分年龄段的每日时间利用情况（单位：分钟）

	居民			6-17 岁			18-59 岁			60 岁及以上		
	时长	工作日	休息日	时长	工作日	休息日	时长	工作日	休息日	时长	工作日	休息日
个人生理必须活动	12:27'	12:14'	13:0'	12:44'	12:19'	13:48'	12:12'	11:58'	12:46'	12:56'	12:53'	13:2'
睡觉休息	9:46'	9:35'	10:12'	10:8'	9:47'	11:3'	9:32'	9:21'	9:58'	10:7'	10:5'	10:11'
个人卫生护理	56'	56'	57'	56'	55'	56'	56'	56'	57'	56'	55'	56'
用餐或其他饮食	1:43'	1:41'	1:49'	1:40'	1:37'	1:48'	1:42'	1:39'	1:49'	1:48'	1:47'	1:51'
看病就医	2'	2'	2'	1'	0'	1'	2'	2'	2'	5'	5'	4'
有酬劳动	3:27'	3:54'	2:20'	3'	3'	3'	4:57'	5:38'	3:12'	1:60'	2:6'	1:45'
劳动就业	3:28'	3:55'	2:21'	4'	4'	4'	4:58'	5:40'	3:13'	2:0'	2:6'	1:45'
无酬劳动	2:5'	1:54'	2:32'	12'	5'	30'	2:14'	1:58'	2:52'	3:8'	3:6'	3:11'
家务劳动	1:17'	1:14'	1:26'	5'	3'	13'	1:15'	1:10'	1:28'	2:21'	2:21'	2:19'
陪伴照料家人	30'	26'	40'	2'	1'	4'	40'	35'	54'	24'	23'	27'
购买商品或服务	15'	11'	24'	4'	1'	12'	16'	11'	28'	20'	19'	22'
个人自由支配活动	3:24'	3:2'	4:20'	2:14'	1:21'	4:27'	3:3'	2:42'	3:55'	5:18'	5:15'	5:24'
运动健身	35'	32'	41'	26'	20'	42'	29'	26'	35'	59'	59'	57'
文化休闲娱乐	2:33'	2:15'	3:17'	1:41'	56'	3:32'	2:21'	2:5'	3:0'	3:47'	3:45'	3:52'
社会交往	18'	16'	24'	8'	5'	14'	15'	13'	21'	34'	33'	37'
学习培训	1:47'	2:5'	1:2'	8:4'	9:27'	4:37'	39'	45'	24'	1'	1'	1'
学习培训	1:47'	2:5'	1:2'	8:4'	9:27'	4:37'	39'	45'	24'	1'	1'	1'
交通活动	50'	52'	45'	42'	45'	34'	56'	58'	51'	38'	39'	37'
交通出行	50'	52'	45'	42'	45'	34'	56'	58'	51'	38'	39'	37'

资料来源：统计局《中国时间利用调查年鉴（2024）》，中银证券整理

¹ https://www.stats.gov.cn/xxgk/sjfb/zxfb2020/202410/t20241031_1957217.html

第二个是用餐时间。我能理解国人对吃的喜爱，但是每天平均花 1 小时 43 分钟属实有点长了，假设早餐 23 分钟，那么午餐和晚餐平均各 40 分钟，真的难怪“下饭视频”是个宽敞的赛道。

第三个是交通活动。如果睡眠和吃饭时间充裕，可以被理解成我国一二线城市节奏紧张的城市毕竟是少数，那么在同等样本的情况下，交通时间还是有 50 分钟，可能说明我国居民日常生活半径比较大，也说明公共交通在居民日常生活中的必要性。

第四个是学习培训。居民日均 1 小时 47 分钟，这个数据可以解释成调查样本中 6-17 岁群体数据的影响。

第五个是无酬劳动。居民日均 2 小时 5 分钟，主要是家务劳动 1 小时 17 分钟。

第六个是文化休闲娱乐。居民日均 2 小时 33 分钟，如果计入运动健身和社会交往的时间，个人自由支配活动时间的整体时长甚至几乎追平了统计结果中有酬劳动的时间。

以上数据是较预期偏长的，以下数据是较预期偏短的。

第一个是有酬劳动时间平均为 3 小时 27 分钟。其中包括工作日平均 3 小时 54 分钟和休息日 2 小时 20 分钟，我们认为这个数据低于预期的一个重要原因是调查样本问题，因此后续需要重点关注分年龄的时间情况和参与率情况。

第二是购买商品和服务。居民整体平均时间仅有 15 分钟，即便是休息日也仅有 24 分钟。

第三个是社会交往。居民日均 18 分钟，其中工作日 16 分钟，即便在休息日也仅为 24 分钟。

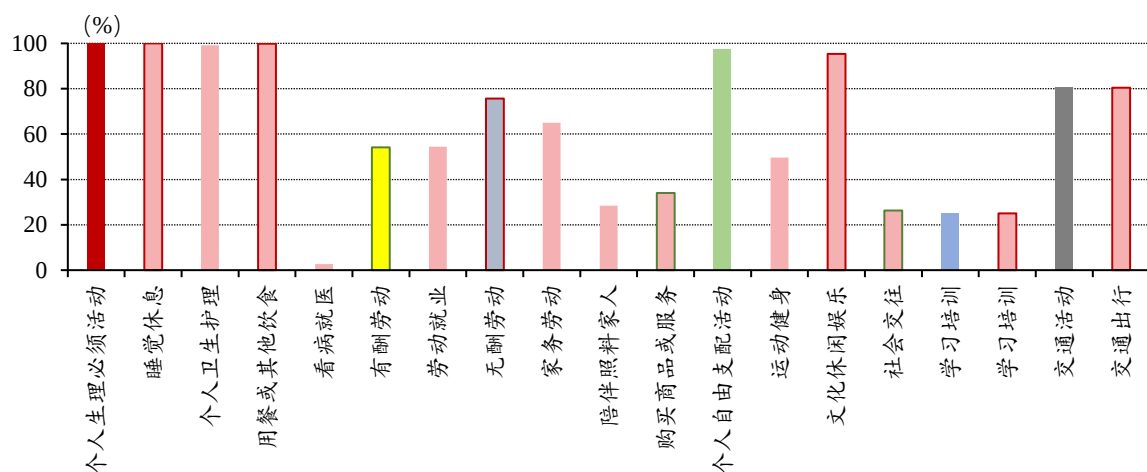
40%是一条比较明显的参与率分界线

6 个领域中，参与率最高的是个人生理必须活动 100.0%，其次是个人自由支配活动 97.4%，交通活动参与率 80.5%，无酬劳动的参与率为 75.6%，有酬劳动的参与率为 54.1%；参与率低于 40%的仅有学习培训 25.1%，我们这主要与不同年龄段的主要活动内容有关。

13 个大类中，参与率超过 95.0%的除了个人生理必须活动领域中的睡觉休息、个人卫生护理和用餐或其他饮食之外，就是个人自由支配活动领域中的文化休闲娱乐 95.3%；除了交通活动和学习培训的其他大类中，参与率在 40.0%是一个明显的分界线，在此之上的大类有家务劳动（64.9%）、劳动就业（54.4%）、运动健身（49.6%），在此之下的有看病就医（2.7%）、社会交往（26.3%）、陪伴照料家人（28.4%）和购买商品或服务（34.1%）。

此外，从不同年龄的参与率来看，少年、中青年、老年人群的时间利用活动存在较大差异。

图表 2. 居民时间利用各分类参与率



资料来源：统计局《中国时间利用调查年鉴（2024）》，中银证券整理

参与率差异很大

青少年专注学习

6-17 岁人群最为特殊的一个领域是学习培训，参与率高达 98.4%，即便是休息日的参与率也高达 91.1%。

从其他领域和大类的参与率看，也相当符合青年画像：交通活动参与率与中青年相当，有酬劳动参与率极低，仅略高于看病就医，无酬劳动参与率也不高；较为值得注意的是，社会交往的参与率整体仅为 18.6%，同时运动健身的参与率也仅有 56.2%。

中青年专注劳动

18-59 岁人群相较其他两个人群，参与率最高的是劳动就业，这与就业人口的特征非常相符。但是细节显示，工作日的劳动就业参与率 74.8%，休息日的劳动参与率也有 43.3%。

与 6-17 岁人群相比，18-59 岁人群参与率变化比较大的项目有以下几个：一是学习培训参与率大幅下降，二是交通活动参与率有所上升，三是个人自由支配活动参与率小幅上升，特别是文化休闲娱乐大类，社会交往参与率也有小幅上升，但整体参与率仍较低，四是无酬劳动的参与率明显上升，其中家务劳动参与率升幅最大。

老年的参与度相对分散

相较于其他两个人群，60 岁以上老年群体参与率明显偏高的，一是看病就医，二是家务劳动，参与率偏低的是交通出行和学习培训。

整体来看，参与率变化主要体现在两个领域中：无酬劳动中，陪伴照料家人的参与率较中青年有所下降，购买商品或服务的参与率则较中青年相对持平；个人自由支配活动领域中的各大类，参与率则较中青年均有不同程度上升。

有酬劳动和无酬劳动，学习培训和交通活动，是各年龄段参与率对比度较强的两组领域。

图表 3. 居民及分年龄段的每日时间参与率情况（单位：%）

	6-17 岁			18-59 岁			60 岁及以上		
	参与率	工作日	休息日	参与率	工作日	休息日	参与率	工作日	休息日
个人生理必须活动	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
睡觉休息	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
个人卫生护理	99.1	98.0	97.7	99.1	98.0	97.7	99.0	97.8	97.9
用餐或其他饮食	100.0	99.9	99.9	99.9	99.6	99.5	99.7	99.5	99.4
看病就医	0.9	0.3	0.7	2.4	1.2	1.6	4.7	3.2	2.4
有酬劳动	1.2	0.7	1.0	75.6	74.5	43.1	36.3	35.5	29.2
劳动就业	1.4	0.8	1.2	76.0	74.8	43.3	36.4	35.5	29.3
无酬劳动	33.7	8.9	30.6	82.7	68.3	77.2	88.9	83.8	83.8
家务劳动	20.8	6.0	18.5	70.3	56.7	63.2	84.7	79.1	78.6
陪伴照料家人	4.1	1.1	3.5	37.8	27.8	32.3	21.8	15.9	16.7
购买商品或服务	14.4	1.8	13.2	38.0	17.8	30.6	38.9	27.4	28.4
个人自由支配活动	96.6	76.7	94.9	97.1	90.7	93.7	98.7	96.8	97.2
运动健身	56.2	35.4	41.8	44.7	31.2	35.5	57.9	49.5	48.0
文化休闲娱乐	93.0	62.3	91.0	95.2	85.7	89.9	97.1	93.4	93.7
社会交往	18.6	10.2	13.4	25.5	14.8	19.0	34.5	25.1	26.2
学习培训	98.4	98.4	91.1	12.8	10.9	9.0	1.2	0.8	0.6
学习培训	98.4	98.4	91.1	12.8	10.9	9.0	1.2	0.8	0.6
交通活动	84.9	74.8	54.6	94.9	78.5	70.2	65.2	56.3	54.7
交通出行	84.9	74.8	54.6	84.9	78.5	70.2	65.2	56.3	54.7

资料来源：统计局《中国时间利用调查年鉴（2024）》，中银证券整理

结合全部居民的时长和参与率看

在睡觉休息之外：

6-17 岁居民的 24 小时主要用于：学习、用餐、休闲娱乐。

18-59 岁居民的 24 小时主要用于：劳动就业、休闲娱乐、用餐。

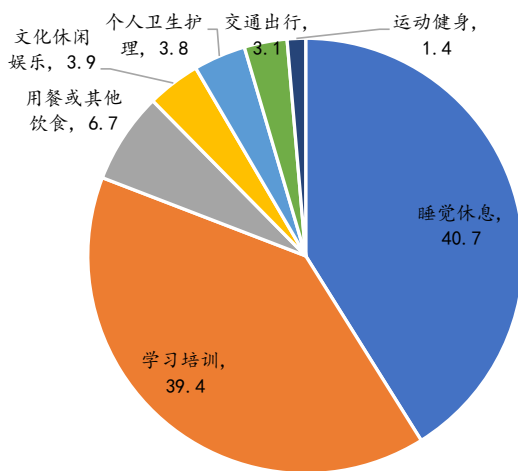
60 岁及以上居民的 24 小时主要用于：休闲娱乐、家务劳动、劳动就业/用餐。

6-17 岁这个年龄段和学习培训这个领域属于强关联，一是高参与率主要集中在该年龄段，二是该年龄段平均每日参与时间很长。

劳动就业与 18-59 岁年龄段强关联，但是同时也与 60 岁以上年龄段存在较强关联性。因此就劳动就业这一项，需要详细考察参与人每天的时间利用情况，特别是老年人的具体情况。

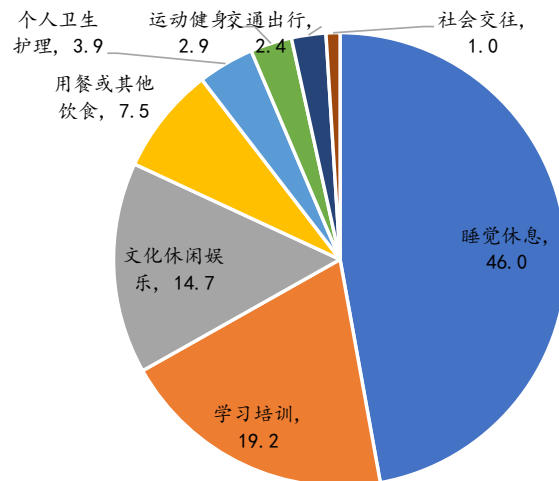
文化休闲娱乐对所有年龄段的居民来说都是必要的。

图表 4. 6-17 岁以上居民工作日时间分布（单位：%）



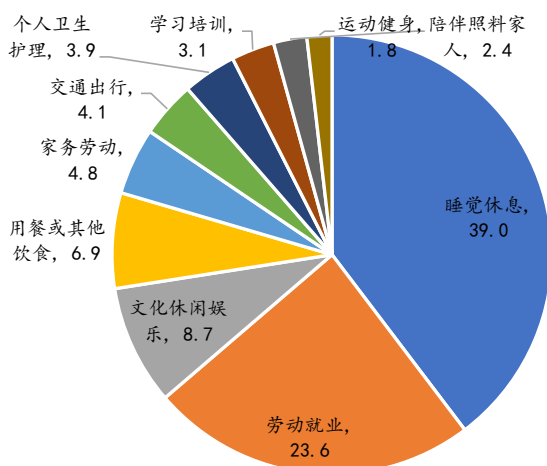
资料来源：统计局《中国时间利用调查年鉴（2024）》，中银证券整理

图表 5. 6-17 岁以上居民休息日时间分布（单位：%）



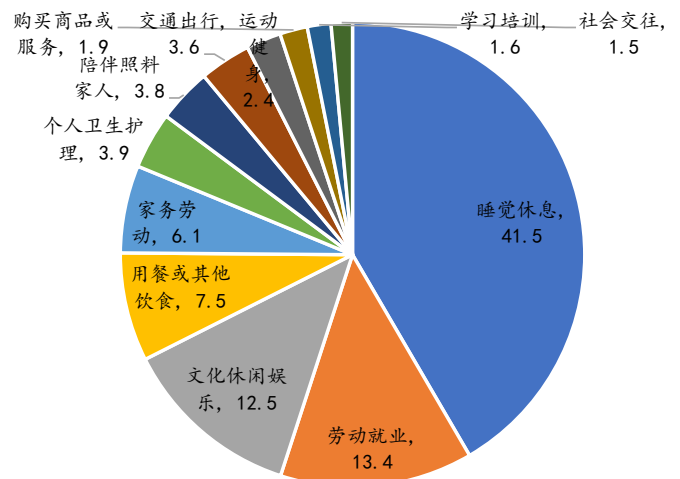
资料来源：统计局《中国时间利用调查年鉴（2024）》，中银证券整理

图表 6. 18-59 岁以上居民工作日时间分布（单位：%）



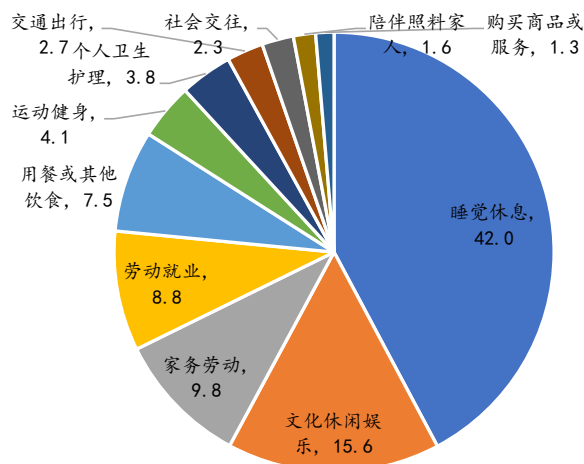
资料来源：统计局《中国时间利用调查年鉴（2024）》，中银证券整理

图表 7. 18-59 岁以上居民休息日时间分布（单位：%）



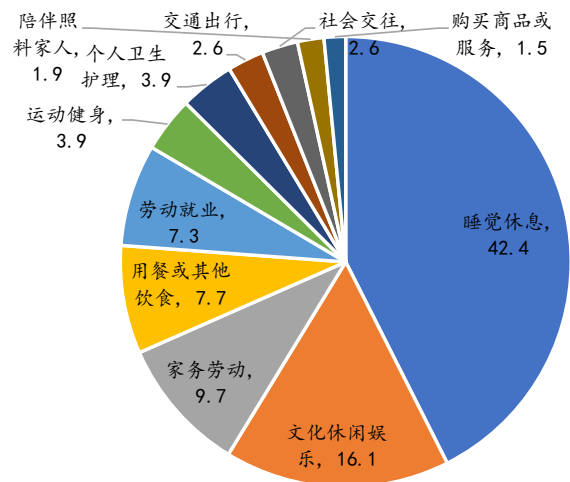
资料来源：统计局《中国时间利用调查年鉴（2024）》，中银证券整理

图表 8.60 岁以上居民工作日时间分布（单位：%）



资料来源：统计局《中国时间利用调查年鉴（2024）》，中银证券整理

图表 9.60 岁以上居民休息日时间分布（单位：%）



资料来源：统计局《中国时间利用调查年鉴（2024）》，中银证券整理

2. 对比 2018 年的时间利用调查

2018 年的时间利用调查，在调查范围等方面与 2024 年有较大不同。2 考虑到 2018 年调查对象是调查户中 15 周岁及以上常住成员，因此我们将 2018 年的结果与 2024 年调查结果中调查范围相近的 18-59 岁人群的结果相对比。

从六大领域看，2024 年较 2018 年上升的是有酬劳动、个人生理必须活动、交通活动和学习培训，下降的是个人自由支配活动和无酬劳动。

从 2024 年的 13 个大类看，上升较多的是劳动就业和文化休闲娱乐，小幅上升的是睡觉休息和个人卫生护理，下降的大类包括陪伴照料家人、家务劳动、社会交往、购买商品或服务、用餐或其他饮食、运动健身，不过下降的各大类降幅均相对较小。

我们认为上述变化中，部分受统计口径影响较明显，但仍有部分项目的时间变化有一定代表性：
一是居民生活有一定改善。主要体现在个人生理必须活动时间增加和家务劳动时间减少上面。
二是居民工作和生活之间的平衡进一步调整。2024 年居民平均有酬劳动时间增加 33 分钟，与之相较的是，个人自由支配活动时间减少了 53 分钟。

三是交通活动时间明显拉长。我们认为随着城镇化水平不断提高，居民的生活半径较此前明显放大，因此较为直观的体现在交通活动时间增加上。

综合来看，2024 年居民在健康的个人生理必须活动时间基础上，较 2018 年，将更多的时间用在交通和工作、学习上，相应的压缩了个人自由支配活动时间和无酬劳动时间。

图表 10. 对比 2018 年时间利用调查结果和 2024 年 18-59 岁人群的调查结果（单位：分钟）

活动类别（2018 年）	合计	活动类别（2024 年）	18-59 岁	2024 年较 2018 年变化
一、个人生理必需活动	713	个人生理必须活动	732	19
睡觉休息	559	睡觉休息	572	13
个人卫生护理	50	个人卫生护理	56	6
用餐或其他饮食	104	用餐或其他饮食	102	(2)
二、有酬劳动	264	有酬劳动	297	33
就业工作	177	劳动就业	298	121
家庭生产经营活动	87			-
三、无酬劳动	162	无酬劳动	134	(28)
家务劳动	86	家务劳动	75	(11)
陪伴照料家人	53	陪伴照料家人	40	(13)
购买商品或服务（含看病就医）	21	购买商品或服务	16	(5)
公益活动	3	看病就医	2	-
四、个人自由支配活动	236	个人自由支配活动	183	(53)
健身锻炼	31	运动健身	29	(2)
听广播或音乐	6			-
看电视	100			-
阅读书报期刊	9			-
休闲娱乐	65	文化休闲娱乐	141	76
社会交往	24	社会交往	15	(9)
五、学习培训	27	学习培训	39	12
六、交通活动	38	交通活动	56	18
合计	1440		1440	

资料来源：统计局《中国时间利用调查年鉴（2024）》，中银证券整理

值得关注的是，居民压缩个人自由支配活动时间背后，可能是生活方式和娱乐方式的转变。
2018 年全国时间利用调查公报显示，我国居民每日平均使用互联网时间为 162 分钟，但是到 2024 年这一时间已经上升至 337 分钟，其中与 2018 年调查人口更匹配的 18-59 岁人群，每日互联网使用时间更是达到 433 分钟。

² https://www.stats.gov.cn/sj/zxfb/202302/t20230203_1900224.html

从分类来看，手机上网时间 269 分钟已经超过了电脑上网时间 248 分钟，表明互联网已经较为普遍的融入了居民日常生活，并且开始明显改造居民的日常生活方式。

图表 11. 2024 年居民分类上网时间调查结果（单位：分钟）

	居民				工作日				休息日			
	时长	6-17 岁	18-59 岁	60 岁及以上	时长	6-17 岁	18-59 岁	60 岁及以上	时长	6-17 岁	18-59 岁	60 岁及以上
互联网使用居民每日平均时间	337	111	433	249	332	70	437	248	350	215	425	250
手机上网居民每日平均时间	269	82	350	194	257	49	339	193	300	163	377	196
电脑上网参与者每日平均时间	248	71	270	148	354	124	370	202	252	160	273	191
其他设备上网居民每日平均时间	24	23	15	50	23	16	14	50	29	41	17	51

资料来源：统计局《中国时间利用调查年鉴（2024）》，中银证券整理

为了深入分析居民生活方式的改变，我们认为有必要详细分析“有酬劳动”、“无酬劳动”和“个人自由支配活动”三个领域参与人的时间利用情况。



我们认为有酬劳动时间存在三个问题,一是休息日工作时间并未较工作日显著下降,二是60岁以上人群的工作时间仍较长,三是6-17岁人群的日均工作时间甚至比60岁以上人群还短。

	合计	6-17 周岁	18-59 周岁	60 周岁及以上
有酬劳动领域参与者 每日平均时间(合计)	6:23'	4:21'	6:32'	5:30'
有酬劳动领域参与者 每日平均时间(工作日)	7:20'	7:9'	7:35'	5:55'
有酬劳动领域参与者 每日平均时间(休息日)	7:8'	5:37'	7:26'	5:58'
全部居民 每日平均时间(合计)	3:27'	3'	4:57'	1:60'

中青年劳动群体工作时长地区差异

对于全部居民来说,收入的主要构成是工资性收入,如果我们将工资收入总额简单拆分为时薪和工作时长的乘积,那么居民收入与工作时长之间存在正相关关系。

从工作日和休息日工作时长比较看：各省份中，工作日工作时间较休息日明显更长的是上海、北京、新疆、海南和陕西；各地区当中，华南、西北和西南地区的工作日较休息日工作时间整体更长，但华北的北京以外地区和东北的黑吉两省都是休息日日均工作时间更长。

一是高能级城市的工作时间相对更长,但工作时间相对更集中在工作日:

三是经济发达的生产型地区日均工作时间更长,并且休息日工作时间与工作日差异不大;

四是南北方地区存在工作时间长度明显差异,以华北和东北为代表的北方地区,工作日的日均工作时间更长,且休息日工作时长未见明显缩短,但以华南和西南为代表的地区,则呈现出工作日的日均工作时长短,且休息日工作时长更短的特点。

Province	Average Time (minutes)
国	455
京	465
津	458
冀	455
辽	458
吉	443
黑	465
蒙	465
宁	455
陕	465
甘	468
青	485
川	455
贵	453
云	453
贵	453
滇	453
桂	435
粤	473
闽	435
浙	435
皖	448
苏	451
鲁	421
豫	421
鄂	445
湘	435
赣	451
闽	445
粤	448
桂	421
琼	425
港	458
澳	448
新	478
浙	480
苏	480
粤	485

(分钟)

城市	时间 (分钟)
国	8
京	30
津	-5
北	-10
西	-1
宁	9
古	-13
林	-8
江	32
海	6
苏	-3
江	1
徽	12
建	7
西	1
东	12
南	12
北	12
南	11
东	17
西	23
南	14
庆	10
川	8
州	10
南	-12
藏	18
西	5
青	-3
海	13
厦	26
门	0
港	0
澳	0
台	0

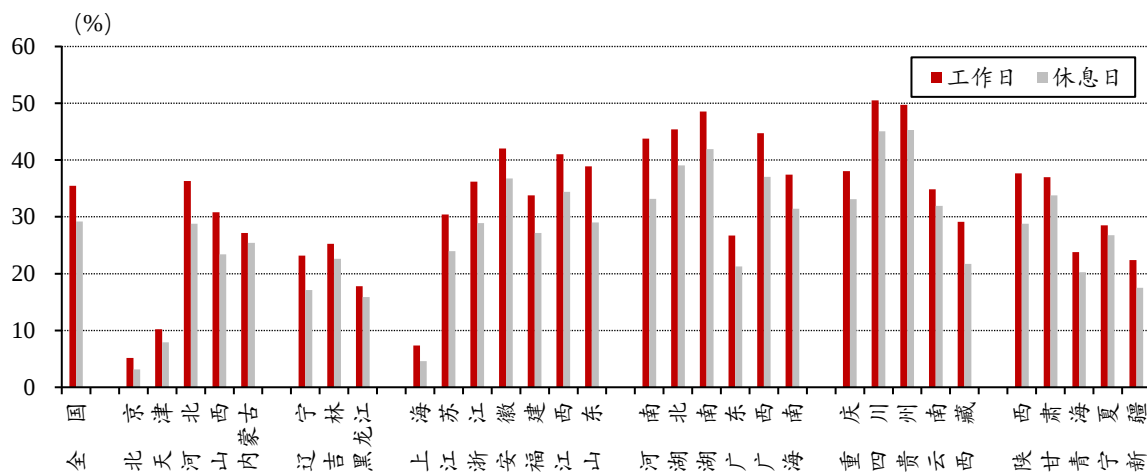
资料来源：统计局《中国时间利用调查年鉴（2024）》，中银证券整理

老年劳动群体的工作日休息日差异最小

调查结果显示，2024 年我国 60 岁以上人群的劳动参与率为 36.3%，其中工作日参与率 35.5%，休息日参与率 29.2%，低于 18-59 岁劳动力群体的工作日参与率 74.5%、休息日参与率 43.1%，但也明显表现出参与率不低和工作日休息日差异不大这两个特点。

分地区看，北京、上海和天津的 60 岁以上人群的有酬劳动参与率最低，基本在 10% 左右，其他参与率在 20% 左右的省份包括东北三省、广东，以及青海、宁夏、甘肃、西藏等地，参与率较高的地区包括四川、贵州、湖南等。

图表 15. 60 岁以上居民在工作日和休息日的有酬劳动参与率



资料来源：统计局《中国时间利用调查年鉴（2024）》，中银证券整理

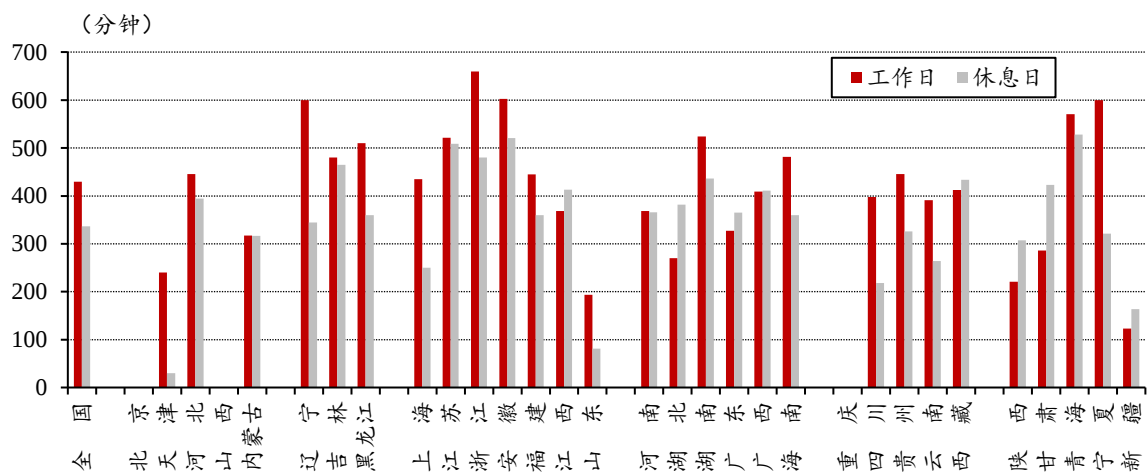
青少年的有酬劳动时间不短

6-17 岁青少年的有酬劳动参与率整体仅有 1.2%，但是从参与人工作时间来看并不短：其中工作日平均时长为 429 分钟，休息日时长为 337 分钟。虽然整体低于 18-59 岁的 455 分钟和 446 分钟，但是青少年工作时间的地区差异很大。

在工作日，平均工作时间最短的是新疆，仅有 123 分钟，最长的是浙江，有 660 分钟；各地区当中，工作日平均有酬劳动时间超过 10 个小时的包括浙江、安徽、辽宁和宁夏，超过 8 个小时的有青海、湖南、江苏、黑龙江和海南。

在休息日，平均工作时间最短的是天津，仅为 30 分钟，最长的是青海 528 分钟；各地区当中，青海、安徽和江苏的工作时间仍超过 8 小时。

图表 16. 6-17 岁参与有酬劳动的居民在工作日和休息日的工作时间



资料来源：统计局《中国时间利用调查年鉴（2024）》，中银证券整理

4. 创造“消费”的时间：无酬劳动和个人自由支配活动

无酬劳动与购买商品或服务

根据 2024 年调查统计的分类，无酬劳动主要包括家务劳动、陪伴照料家人和购买商品或服务三大类。无酬劳动相比有酬劳动，表现出日均时间较长、参与率高的特点，并且这些特点在所有年龄段都存在。

从参与者每日平均时间来看，家务劳动的平均时间最长，为 1 小时 59 分钟，其次是陪伴照料家人 1 小时 46 分钟，购买商品或服务的时间最短，仅为 43 分钟；从参与者整体时间利用看看，休息日各项无酬劳动的参与时间均高于工作日；从年龄划分看，家务劳动时长随着年龄增加而上升，休息日中陪伴照料家人和购买商品或服务的时间，则是中青年最长。

图表 17. 无酬劳动参与者按年龄划分每日平均时间（单位：分钟）

	合计	6-17 周岁	18-59 周岁	60 周岁及以上
无酬劳动领域参与者 每日平均时间(合计)	2:45'	36'	2:42'	3:31'
无酬劳动领域参与者 每日平均时间(工作日)	3:5'	57'	2:53'	3:43'
无酬劳动领域参与者 每日平均时间(休息日)	3:35'	1:39'	3:43'	3:48'
全部居民 每日平均时间(合计)	2:5'	12'	2:14'	3:8'
家务劳动参与者 每日平均时间(合计)	1:59'	26'	1:46'	2:46'
家务劳动参与者 每日平均时间(工作日)	2:20'	42'	2:3'	2:59'
家务劳动参与者 每日平均时间(休息日)	2:26'	1:10'	2:19'	2:57'
陪伴照料家人参与者 每日平均时间(合计)	1:46'	38'	1:47'	1:53'
陪伴照料家人参与者 每日平均时间(工作日)	2:8'	1:7'	2:5'	2:27'
陪伴照料家人参与者 每日平均时间(休息日)	2:46'	1:43'	2:48'	2:43'
购买商品或服务参与者 每日平均时间(合计)	43'	28'	41'	52'
购买商品或服务参与者 每日平均时间(工作日)	1:3'	41'	1:0'	1:10'
购买商品或服务参与者 每日平均时间(休息日)	1:28'	1:34'	1:30'	1:18'

资料来源：统计局《中国时间利用调查年鉴（2024）》，中银证券整理

从 2018 年的统计结果看，家务劳动参与者平均时间为 147 分钟，购买商品或服务 80 分钟，与 2024 年统计口径相比，比较有可比性的家务劳动时间和购买商品或服务时间，在 2024 年都有明显下降。

在无酬劳动领域下的大类中，我们比较关注“购买商品或服务”这一项，因为跟消费比较相关。

在统计局的解释里，“购买商品或服务活动指通过互联网或到实体店购买商品或接受服务的活动。包括在商场超市或通过互联网等方式购买食品、衣服、日常用品等消费品以及家用电器、家具和汽车等耐用品，联系家电维修人员上门维修电器、在汽车维修点修理汽车等，在银行、律所、广告媒体、婚庆公司、房屋租赁等专门机构办理相关业务活动等，在美发店、美容院等接受理发、美发、美甲、修足、按摩等服务，也包括以购物为目的收看网络直播或电视购物等。不包括陪他人而自己并不购买商品或服务，在医院、诊所、卫生室等医疗卫生机构或通过互联网请医生护士为自己进行的各类看病就医、护理活动。”³

虽然消费占用时间和消费额之间没有明确的关系，但从消费行为来看，更长的日均利用时间，一定程度上更有益于转化更多消费行为。

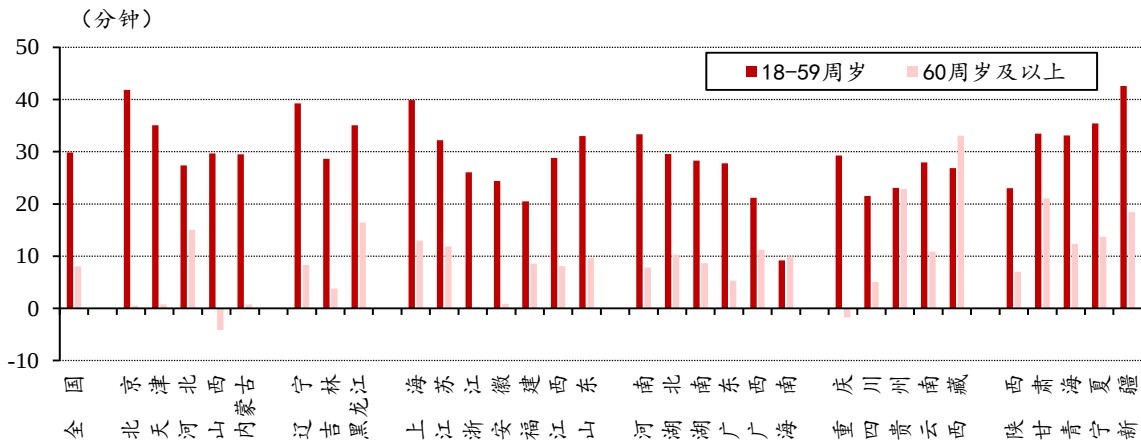
从统计数据看，休息日居民有更多时间用于购买商品或服务行为。

工作日当中，参与者日均时间为 63 分钟，其中 18-59 岁人群为 60 分钟，60 岁以上人群为 70 分钟；休息日当中，参与者日均时间为 88 分钟，其中 18-59 岁人群为 90 分钟，60 岁以上人群为 78 分钟。

从时间变化来看，休息日释放的更多是中青年的消费能力。休息日相较于工作日，购买商品或服务参与者中，18-59 岁居民的日均时长平均增加了 30 分钟，60 岁以上居民的日均时长平均增加仅为 8 分钟。

³ https://www.stats.gov.cn/sj/zxfb/202410/t20241031_1957216.html

图表 18. 购买商品或服务的参与者分年龄段在工作日和休息日的日均时间差异



资料来源：统计局《中国时间利用调查年鉴（2024）》，中银证券整理

个人自由支配活动与文化休闲娱乐

个人自由支配活动领域的两大特点，一是参与率高，二是日均时间长。

六个领域当中，个人自由支配活动参与率整体达到 97.4%，占比仅次于个人生理必须活动，个人自由支配活动的三个大类当中，文化休闲娱乐参与了达到 95.3%，运动健身参与率 49.6%，社会交往参与率 26.3%。

从时间看，全部居民的日均个人自由支配活动时间为 3 小时 24 分钟，从长度来看仅次于个人生理必须活动和有酬劳动，并且和有酬劳动的 3 小时 27 分钟相当接近，个人自由支配活动的三个大类当中，日均时间较长的主要是文化休闲娱乐市场 2 小时 33 分钟。

由于参与率较高，个人自由支配活动参与者的日均时间与居民整体日均时间差异不大，为 3 小时 30 分钟，但是差异主要体现在工作日和休息日当中，前者日均 3 小时 23 分钟，后者则达到 4 小时 35 分钟。

分年龄段看，60 岁以上参与者的日均时间最长，无论工作日还是休息日均超过 5 小时，18-59 岁参与者在工作日的日均时长接近 3 小时，6-17 岁参与者在工作日的日均时长不到 2 小时，但是在休息日都超过了 4 小时。

从三个大类来看，运动健身参与率高于 2018 年的 30.9%，但时间较 2018 年的 101 分钟有所缩短，社会交往参与率明显高于 2018 年的 17.6%，但时间从 2018 年的 136 分钟降至 69 分钟。

我们认为此处的调查数据，在“合计”口径方面代表性不强，因此需要将工作日和休息日分开来看。可以发现，在个人自由支配领域及其三个分类当中，休息日的参与者日均时间都明显长于工作日，一定程度上表明假期对居民休闲活动的重要性。

图表 19. 个人自由支配活动参与者按年龄划分每日平均时间（单位：分钟）

	合计	6-17 周岁	18-59 周岁	60 周岁及以上
个人自由支配活动参与者 每日平均时间(合计)	3:30'	2:19'	3:8'	5:22'
个人自由支配活动参与者 每日平均时间(工作日)	3:23'	1:45'	2:59'	5:25'
个人自由支配活动参与者 每日平均时间(休息日)	4:35'	4:41'	4:11'	5:34'
全部居民 每日平均时间(合计)	3:24'	2:14'	3:3'	5:18'
运动健身参与者 每日平均时间(合计)	1:10'	46'	1:4'	1:41'
运动健身参与者 每日平均时间(工作日)	1:30'	55'	1:23'	1:60'
运动健身参与者 每日平均时间(休息日)	1:44'	1:40'	1:38'	1:58'
文化休闲娱乐参与者 每日平均时间(合计)	2:40'	1:48'	2:28'	3:54'
文化休闲娱乐参与者 每日平均时间(工作日)	2:42'	1:31'	2:25'	4:1'
文化休闲娱乐参与者 每日平均时间(休息日)	3:37'	3:53'	3:21'	4:7'
社会交往参与者 每日平均时间(合计)	1:9'	41'	1:0'	1:40'
社会交往参与者 每日平均时间(工作日)	1:39'	49'	1:27'	2:13'
社会交往参与者 每日平均时间(休息日)	2:0'	1:44'	1:52'	2:22'

资料来源：统计局《中国时间利用调查年鉴（2024）》，中银证券整理

根据统计局官方解释：

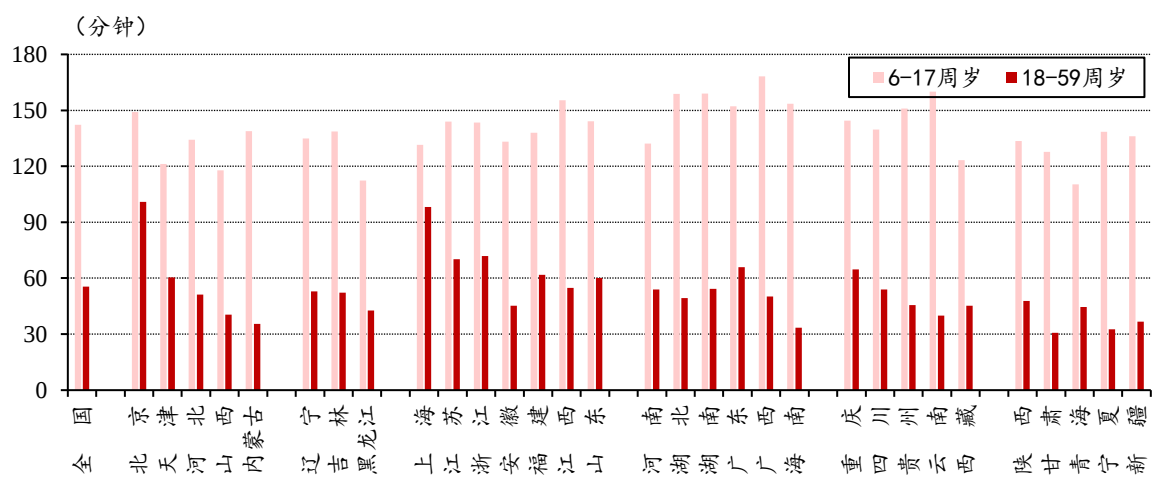
运动健身活动指以健身强体为目的在家里或各类运动健身场所开展的活动。包括散步、跑步、登山、骑行等运动，太极拳、散打等各类武术运动，跳广场舞、健身舞、健身操、瑜伽等各类舞蹈运动，篮球、足球、乒乓球、羽毛球等各类球类运动，游泳、跳水、潜水、帆船、冲浪等各类水上运动，滑冰、滑雪等各类冰雪运动，摔跤、柔道、拳击等各类搏击运动，使用杠铃、哑铃等健身器械进行的健身活动。不包括围棋、象棋、跳棋、桥牌等棋牌类智力运动。

文化休闲娱乐活动指参加文化或休闲活动、开展文娱爱好、参观使用各类文化场馆设施以及旅游等活动。包括阅读书报期刊、视听娱乐、游戏消遣放松、文娱爱好、参与文化场馆活动、旅游等其他文化休闲娱乐等。

社会交往活动指以社会交往为目的的各类活动。包括社交性质的交谈、聊天、打电话、发信息、发邮件等，参加聚会、校庆、婚丧仪式等活动，参加单位、社区或慈善机构组织的社区服务、志愿服务等。不包括工作或学习性质的通信、交流、发邮件等活动。

以文化休闲娱乐活动时间为例，6-17 岁的青少年和 18-59 岁的中青年，其日均利用时间均在休息日较工作日有较大上升，前者增加 142 分钟，后者增加 56 分钟。分地区来看，6-17 岁参与者在休息日用于文化休闲娱乐活动时间的增幅并未显示出明显差异性，但是 18-59 岁参与者表现出了一定地区特点，比如北京和上海，以及江苏、浙江、广东等经济发达地区，时间的增幅相对略高一些。

图表 20. 文化休闲娱乐活动的参与者分年龄段在工作日和休息日的日均时间差异



资料来源：统计局《中国时间利用调查年鉴（2024）》，中银证券整理

哪种消费的“假期效应”更大：统计局月数据验证

限额以上商品分类“消费额”的月环比季节性特点

限额以上单位商品零售额对社零有一定代表性。从占比来看，限额以上社零在全部社零中占比历史上最高超过 50%，虽然当前有所回落，占比大致也在 35%-40%，限额以上单位商品消费在全部社零商品消费的占比还略高，截至 2025 年 12 月，占比达到 41.8%。

我们以统计局披露的限额以上单位商品消费数据为例，将 15 个分类归为日用品、耐用品和弹性消费品三类，其中日用品包括粮油食品、服装鞋帽、日用品、化妆品、中西药品、石油制品，耐用品包括家电、家具、建筑装潢、通讯器材、汽车，弹性消费品包括体育娱乐用品、书报杂志、文化办公用品、金银珠宝，2025 年三者在线额以上商品零售额中的占比分别为 44.0%、41.4%和 6.7%。

从三个大类的社零月环比增速季节性规律看，我们认为有以下特点：

一是，共性是月环比增速表现出明显的季节性特点，环比增速较高的月份为 5 月、6 月、9 月、11 月、12 月，环比增速负增长的月份是 4 月和 7 月；

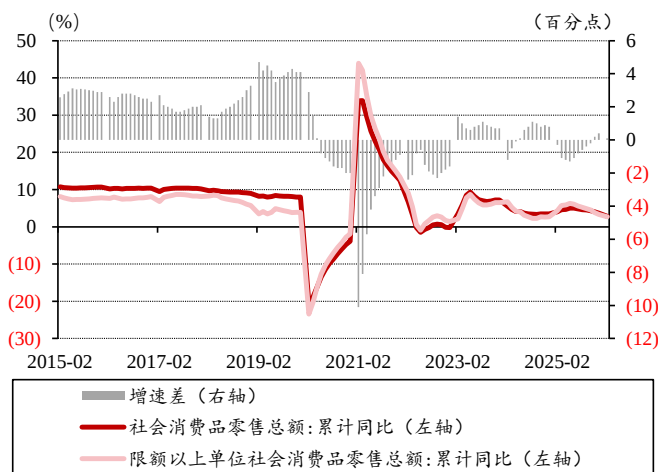
二是，日用品月环比增速波动最平稳，并且在 11 月和 12 月环比增速倾向于保持正增长，但是 2024 年和 2025 年环比增速较 2015 年-2025 年历史同期平均水平相比，一个明显的差异体现在 11 月环比偏低，我们认为可能跟电商促销有一定关系；

三是，耐用品环比增速波动幅度高于日用品，但是3月环比增速更低、12月环比增速更高，并且跟2015年-2025年历史同期平均水平相比，2024年和2025年表现出环比波幅加大的情况，比较明显体现在环比上行的5月、6月和9月，以及环比负增长的7月；

四是，弹性消费的环比增速波动幅度最大，从历史规律看，8月和11月弹性消费品环比增速明显更高，但10月环比增速明显更低，跟2015年-2025年历史同期平均水平相比，2024年和2025年弹性消费品的环比增速出现了更为明显的新特点，在3月、4月、11月和12月，都出现了明显不同的走势。

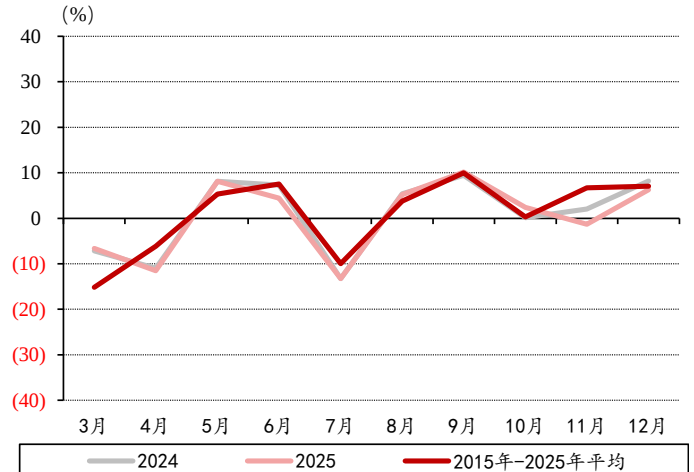
整体来看，限额以上日用品、耐用品和弹性消费品零售额，表现出了在部分月份环比较强的特点，剔除环比低基数后，主要是6月、9月和12月。

图表 21. 社零和限额以上社零增速差异



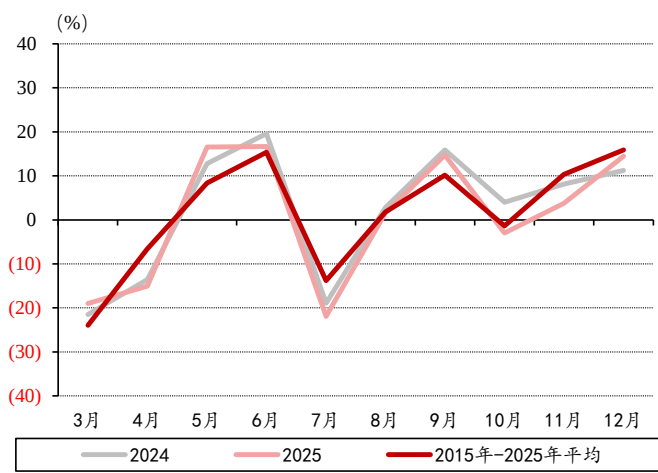
资料来源：Wind，中银证券

图表 22. 限额以上日用品消费额月环比规律



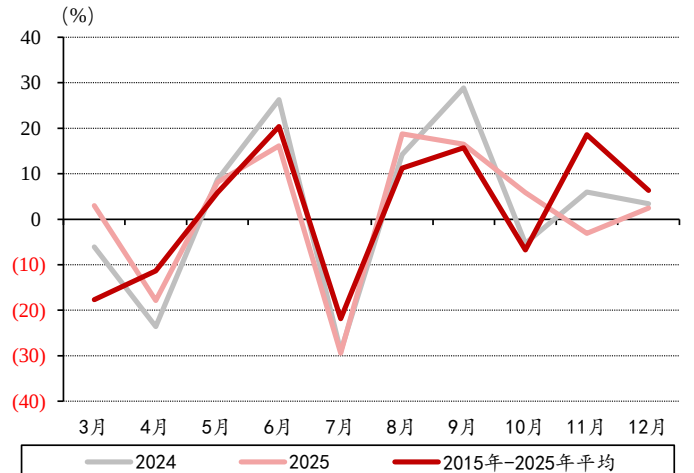
资料来源：Wind，中银证券

图表 23. 限额以上耐用品消费额月环比规律



资料来源：Wind，中银证券

图表 24. 限额以上弹性消费品消费额月环比规律



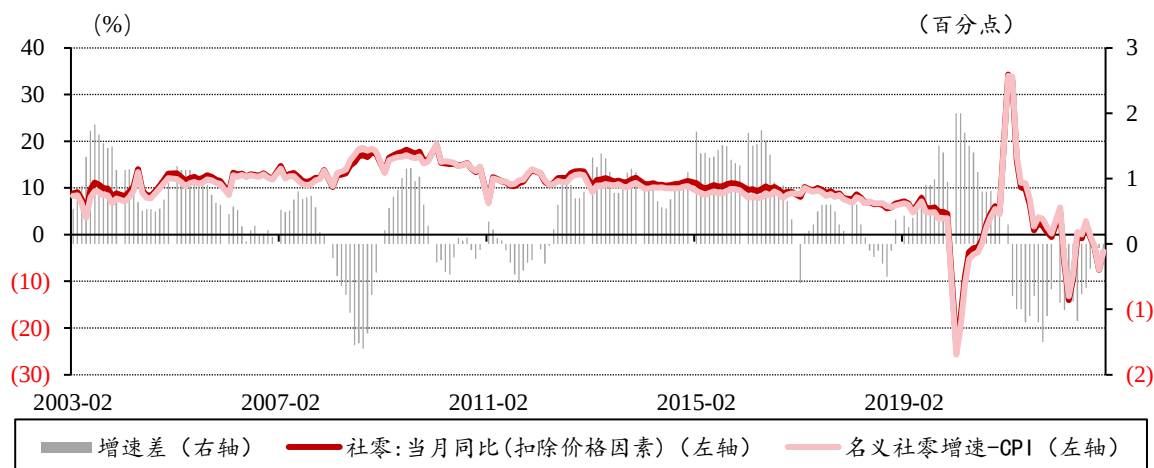
资料来源：Wind，中银证券

限额以上部分商品“消费量”的月环比季节性

但是对于商品消费来说，价格对消费额的影响也比较显著，因此我们选取限额以上部分商品分类，经过CPI对应分类价格环比增速调整后，观察相关消费品的“消费量”是否也有季节性。

从用CPI同比增速调整社零实际同比增速的实际情况看，2003年至2022年期间，调整后的实际社零同比增速，与统计局公布的扣除价格因素的社零同比增速，在趋势上高度一致，主要差异体现在同比增幅上，2003年至2022年期间，二者的增速差基本保持在正负2.0个百分点区间，平均增速差为0.46个百分点。从结果看，经CPI调整的实际社零同比增速略偏低，但这个调整方法对观察“社零消费量”增速有一定借鉴意义。

图表 25. 用 CPI 同比增速校正后的实际社零同比增速代表性



资料来源: Wind, 中银证券

对比限额以上商品社零分类和 CPI 分类, 我们认为有六个分类具备一定可比性, 分别是: 日用品中的粮油食品、服装鞋帽、石油制品, 以及耐用消费品中的家电消费、通讯器材、汽车。

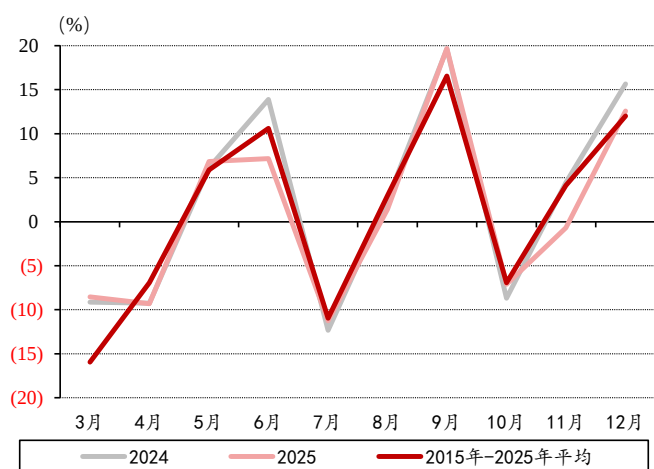
从两个品类对比看, 日用品实际消费的月环比波动幅度相对较小, 耐用用品的环比波动更大。

日用品中, 石油制品的月环比波动幅度最小, 粮油食品和服装鞋帽的月环比波动大致相当; 三者的共性是在 6 月和 9 月环比增速都在较高水平, 季节性差异较大的时间在下半年, 其中服装鞋帽在 10 月或 11 月均没有出现环比落入负增长的情况, 但粮油食品和石油制品在 10 月或 11 月会出现阶段性环比下降。

耐用用品中, 汽车的月环比波动季节性最强, 全年的三个消费高点也在 6 月、9 月和 12 月; 通讯器材和家电类消费剔除价格的月环比季节性, 也在 6 月表现出环比高增的特点, 但年内另一个高点则出现在 11 月, 且与其他品类不同的是, 通讯器材和家电还有两个特点, 一是 12 月环比增速均出现不同程度下行甚至落入负增长区间, 二是 2024 年和 2025 年的月环比走势与历史同期平均水平出现明显差异, 以家电为例, 差异自 2024 年 9 月开始, 我们认为这与消费国补有一定关系。

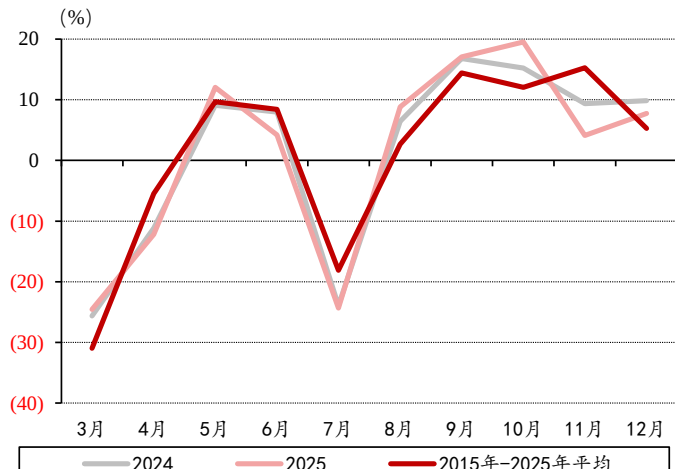
综合来看, 剔除价格因素影响的商品“消费量”月环比表现, 也有一定的季节性特点, 在上半年主要体现在 6 月, 下半年也是 9 月和 12 月, 但是下半年特别是 12 月, 这一季节性特点开始出现分化。

图表 26. 粮油食品类消费剔除价格影响的月环比规律



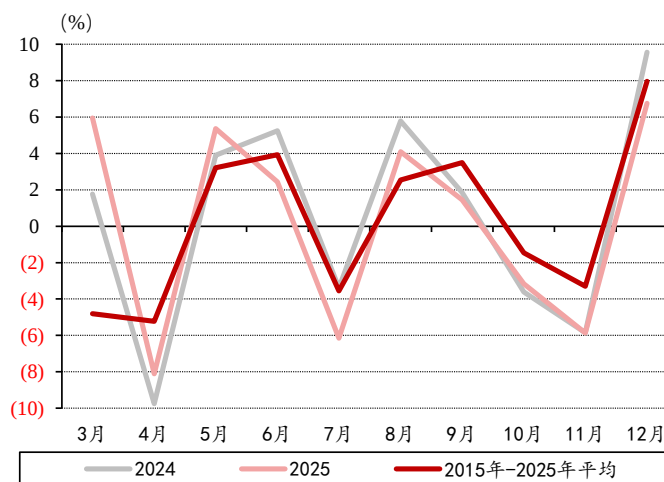
资料来源: Wind, 中银证券

图表 27. 服装鞋帽类消费剔除价格影响的月环比规律



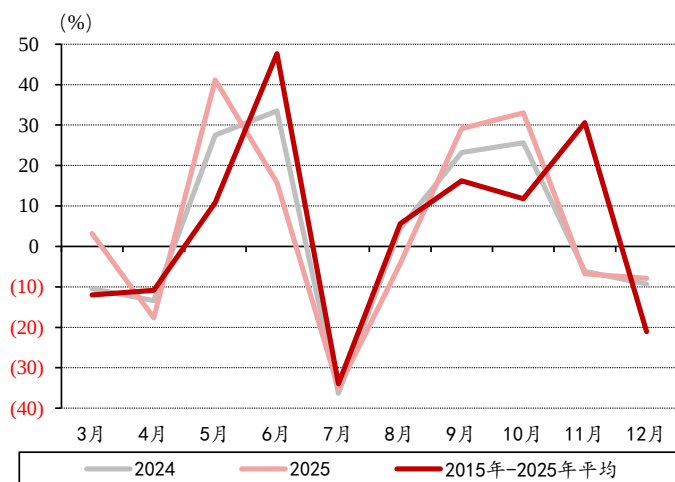
资料来源: Wind, 中银证券

图表 28. 石油及制品类消费剔除价格影响的月环比规律



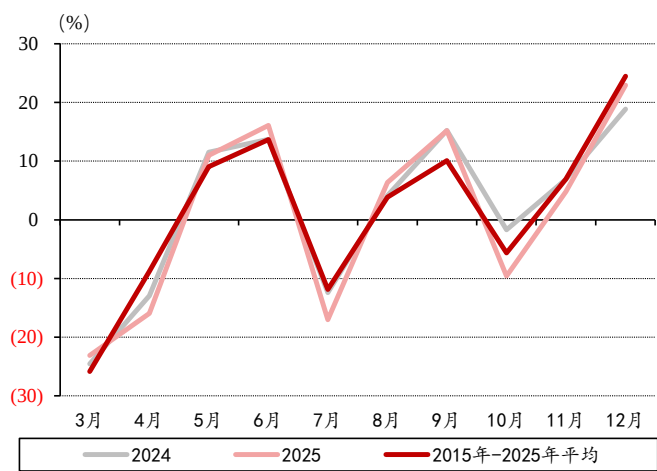
资料来源: Wind, 中银证券

图表 29. 通讯器材类消费剔除价格影响的月环比规律



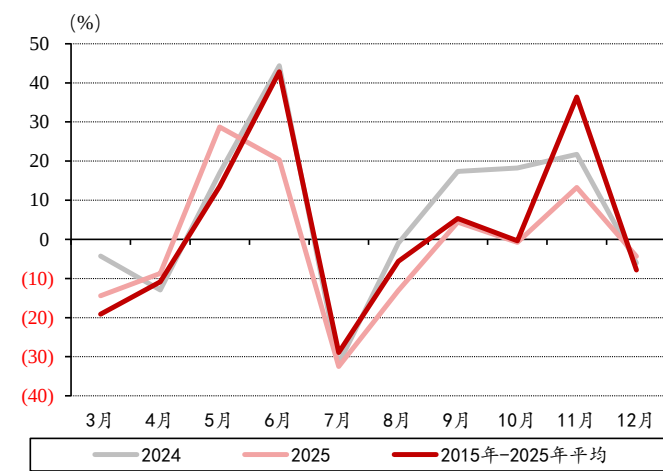
资料来源: Wind, 中银证券

图表 30. 汽车类消费剔除价格影响的月环比规律



资料来源: Wind, 中银证券

图表 31. 家电类消费剔除价格影响的月环比规律



资料来源: Wind, 中银证券

从商品消费方面看,无论是日用品、耐用品、弹性消费品,还是消费额或“消费量”,都在6月、9月和12月中不同程度表现出消费旺季的特点。我们认为上述三月份商品消费较强的原因有几个:

一是电商促销,比较典型的是在6月,我们认为其指向了商品消费对价格的敏感性;

二是金九银十消费旺季,在开学季和中秋国庆假期前后,居民消费需求较强;

三是年末12月,集齐了年末大促、春节前消费等促消费因素。

从以上分析来看,商品消费的“假期效应”或主要体现在金九银十和春节前消费当中,一定程度上受到假期的影响但影响比较有限,反而受促销、国补等价格因素的影响更大。

服务消费“价格”的月环比季节性

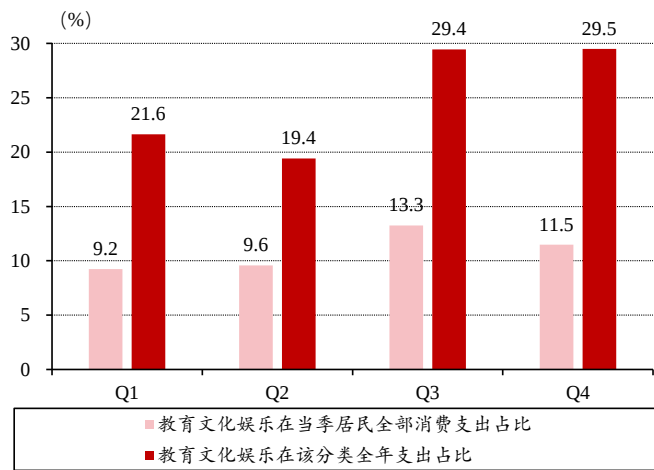
从居民消费结构的季度数据看,服务消费有一定季节性特点。

以教育文化娱乐为例,在四个季度的居民当季消费支出中,教育文化娱乐分类在三季度和四季度的占比分别为13.3%和11.5%,远高于一季度的9.2%和二季度的9.6%;从居民教育文化娱乐项目支出在全年的分布看,三季度和四季度的占比29.4%和29.5%,也远高于一季度的21.6%和二季度的19.4%。可见服务消费从消费额来看,具有明显季节性。

与商品消费相比,服务消费的价格受供求影响更明显,服务价格波动的季节性特点与商品消费有所不同。

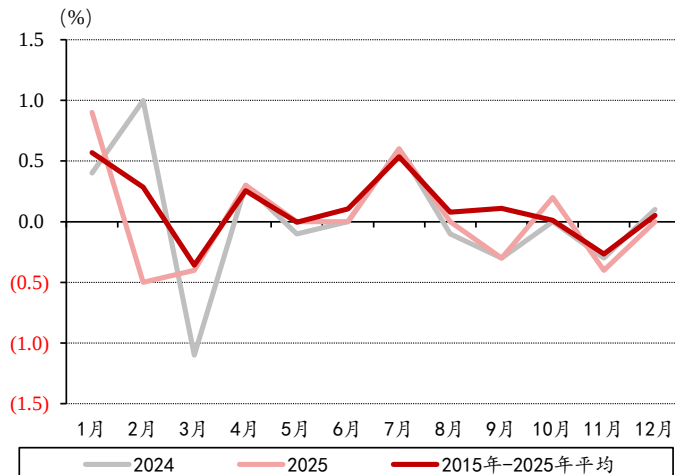
从 CPI 服务价格分项的月环比增速来看，2015 年-2025 年历史同期月环比平均增速，在 1 月、2 月和 7 月最高，其次是 5 月和 9 月，在较高的环比基数上还能保持正增长，环比增速最低的是 3 月和 11 月。这一规律在 2024 年和 2025 年发生一些变化，主要体现在 9 月环比增速大幅下行。

图表 32. 从居民人均消费看服务消费的季节性



资料来源: Wind, 中银证券

图表 33. 服务价格月环比规律



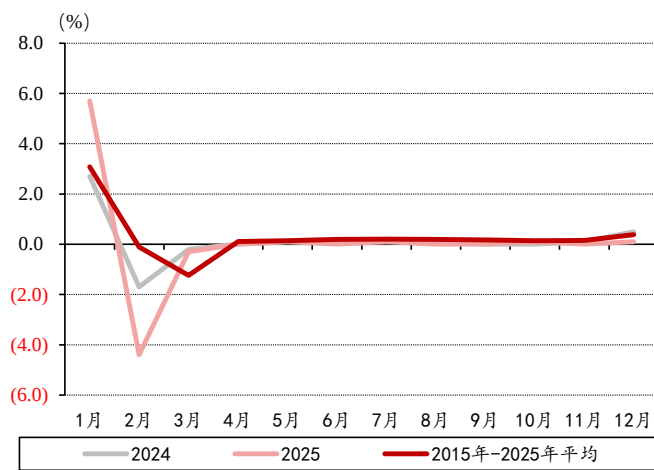
资料来源: Wind, 中银证券

从服务价格的具体分类来看，不同中类的价格季节性特点差异较大。

家庭服务和交通工具使用和维修的月环比增速波动主要体现在一季度，主要表现为 1 月环比高增和 3 月环比负增长。在其他月份当中，家庭服务价格环比增速较高的是 12 月，交通工具使用和维修价格环比较高的时间是 9 月、11 月和 12 月。

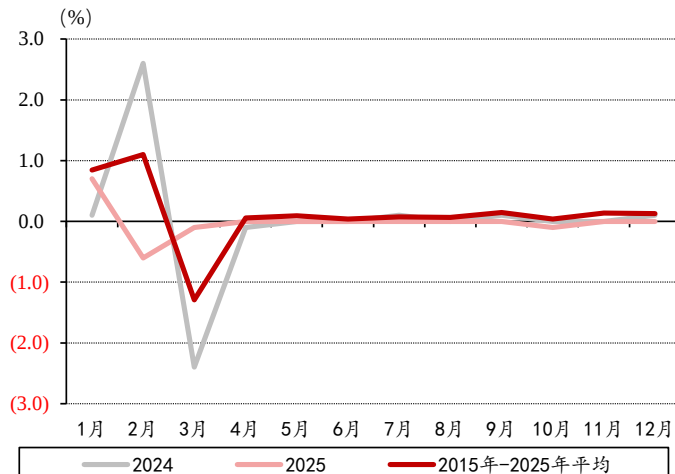
教育文化娱乐项目下的两个分类，价格月环比特点差异较大。教育服务价格环比增长最突出的是 9 月，2015 年-2025 年 9 月环比平均增速达到 1.39%，其次是在一季度，三个月的历史平均环比增速均不低于 0.10%，再次是 7 月，历史平均环比增速也达到 0.10%，但教育价格环比增速自 2022 年开始大幅回落，环比波动基本集中在暑假的 7 月和 8 月，以及开学的 9 月和 3 月；旅游服务价格环比波动相较之下更加频繁，2015 年-2025 年月环比平均增速看，1 月、2 月和 7 月是环比增速高点，2024 年和 2025 年旅游价格环比波动幅度较历史平均水平有所放大，表现为 2025 年的 1 月、2024 年 2 月、两年的 7 月环比增速更高，同时 3 月和 9 月环比增速更低。

图表 34. 家庭服务价格月环比规律



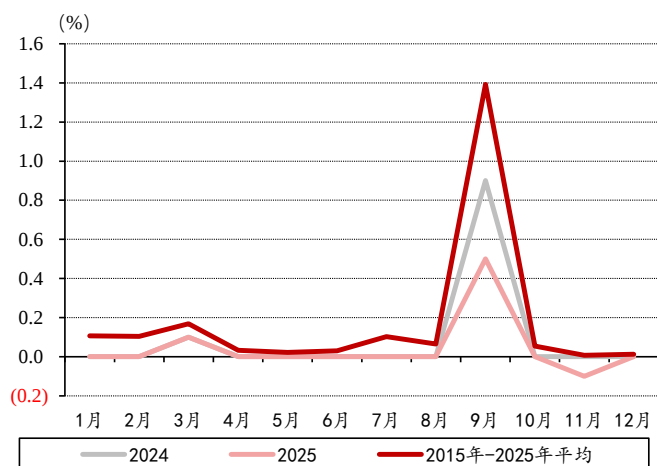
资料来源: Wind, 中银证券

图表 35. 交通工具使用和维修价格月环比规律



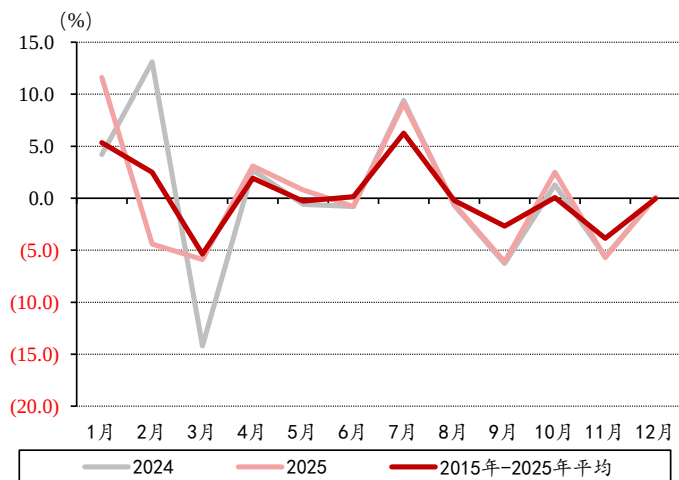
资料来源: Wind, 中银证券

图表 36. 教育服务价格月环比规律



资料来源：Wind，中银证券

图表 37. 旅行社及其他旅游服务价格月环比规律



资料来源：Wind，中银证券

从服务消费价格波动来看，我们认为其“假期效应”更明显，差异在于不同服务消费受到不同“假期”的影响：

一是春节作为传统假期，影响的主要是家庭服务、交通工具使用和维修服务的供给端；

二是长假和小长假，影响的主要是旅游服务的需求端；

三是暑假、寒假和开学季，影响的主要是教育服务的需求端；

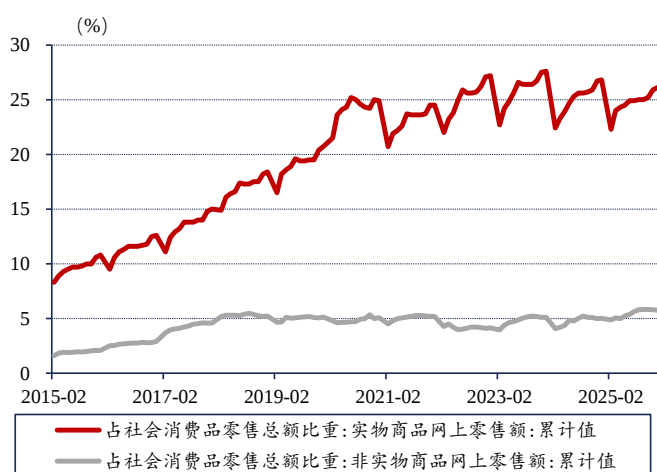
四是服务价格在6月和12月的环比波动远低于商品消费的环比波动，表明两类消费的“季节性特点”明显不同。

“网上消费”：跳出时间的影响

随着互联网和移动互联网的发展，部分消费开始跳出“时间”和“地点”的约束。

自2015年以来，网上消费发展迅速。从占比看，实物商品网上零售额占社零的比例从2015年2月的8.30%升至2025年12月的26.10%，非实物商品网上零售额占比略低但也保持上行趋势，从2025年2月的1.60%上行至2025年12月的5.77%。从增速来看，2015年至今，除了2021年受基数影响的2月-5月，其他时间内，网上商品和服务零售额累计同比增速都明显高于社零整体累计同比增速。

图表 38. 网上实物和非实物商品零售额在社消占比



资料来源：Wind，中银证券

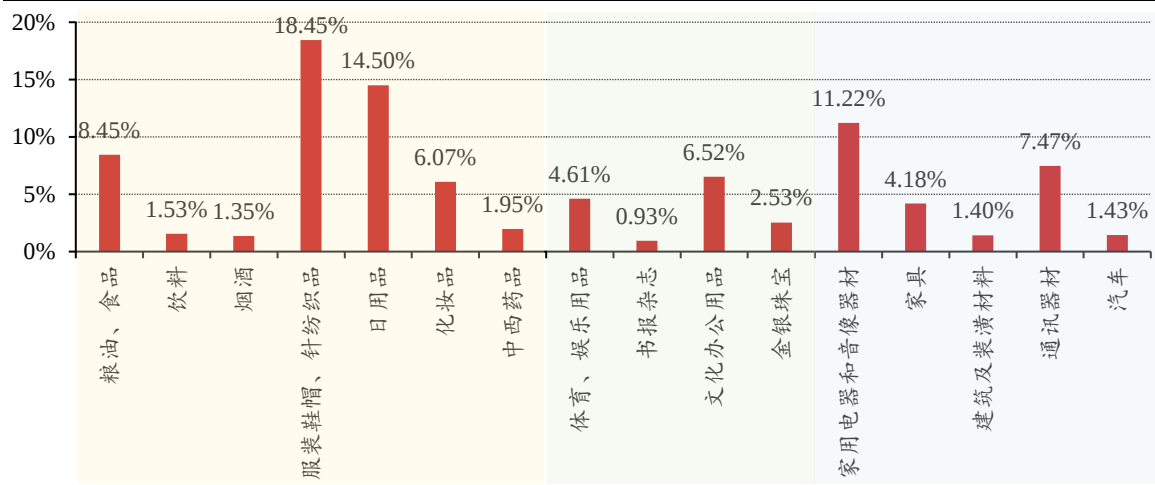
图表 39. 网上商品和服务零售额增速明显偏高



资料来源：Wind，中银证券

从商务部大数据检测的 2025 年全年分商品网络零售额占比来看,占比最高的是日用品,达到 52.30%,其次是耐用品,占比 25.70%,弹性消费品占比偏低,也有 14.59%;分品类看,占比最高的三类商品分别是服装鞋帽、日用品和家用电器,比例均超过 10%,占比超过 5%的有粮油食品、通讯器材、文化办公用品和化妆品,占比超过 4%的有体育娱乐用品和家具。

图表 40. 2025 年全年度重点监测分商品网络零售额占比

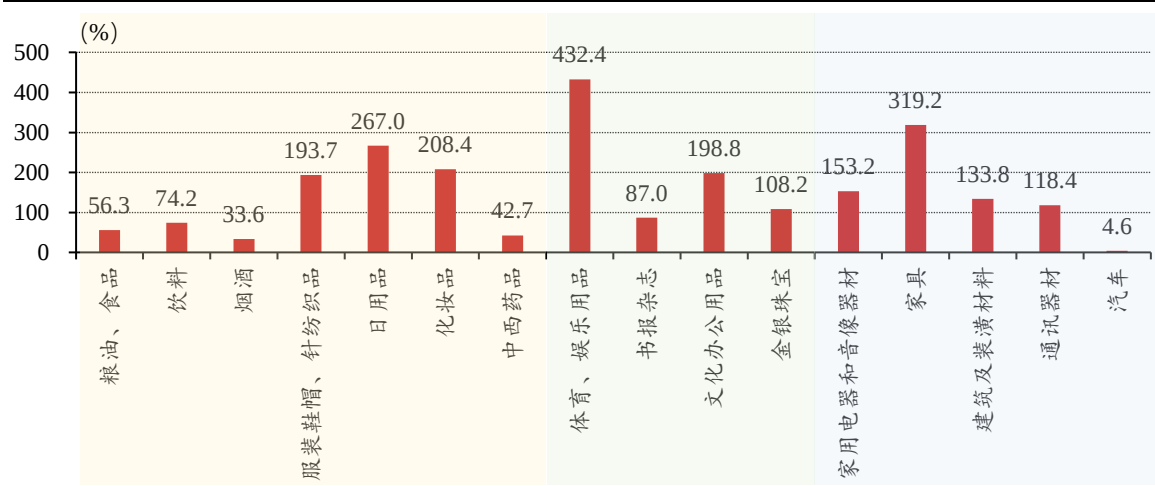


资料来源: 商务部大数据监测, 中银证券

通过商务部数据推算 2025 年各品类网络零售额,再对比统计局发布的限额以上单位商品零售额来看各类商品消费的“上网率”。因为限额以上单位零售额在社零中的占比不超过 40%,因此部分商品的网上零售额超过限额以上单位零售额的情况较为普遍。

日用品中,网上消费较多的品类是日用品、化妆品和服装鞋帽;耐用品中,网上消费较多的是家具、建筑装潢和通讯器材;弹性消费品中,网上消费较多的是体育娱乐用品、文化办公用品和金银珠宝。所有商品分类中,汽车的网上消费最低,其次是烟酒、药品和粮油食品。

图表 41. 分商品网络零售额与限额以上单位零售额比例



资料来源: 商务部大数据监测, 中银证券

综合分商品网络零售额占比和分商品网络零售额与限额以上单位零售额比例,我们认为网上消费的增长空间取决于商品标准化程度和居民的消费习惯。但从时间的维度来看,随着居民将更多时间投入“劳动”和“娱乐”等方面,我们预计网上消费仍将受益于其便利性,在未来一段时间内保持较好增长。

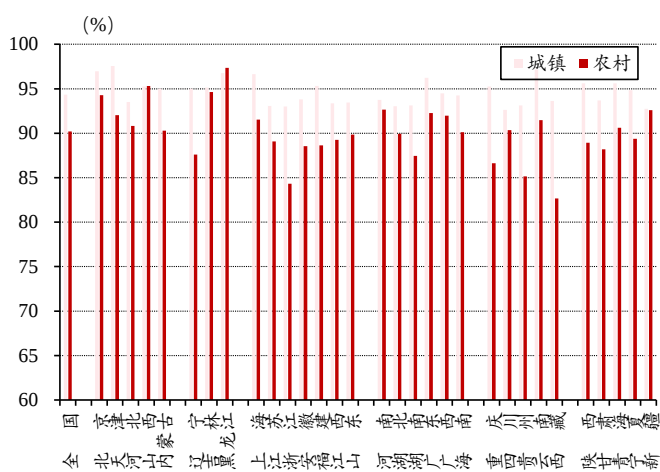
5. “时间”即“流量”

对比 2018 年，每日时间利用大幅度增长的是互联网。

2018 年我国居民互联网使用日均时间为 2 小时 42 分钟，根据 2018 年的统计口径，当年居民通过手机或 PAD 上网的参与率为 49.8%，通过其他设备上网的参与率为 18.4%。

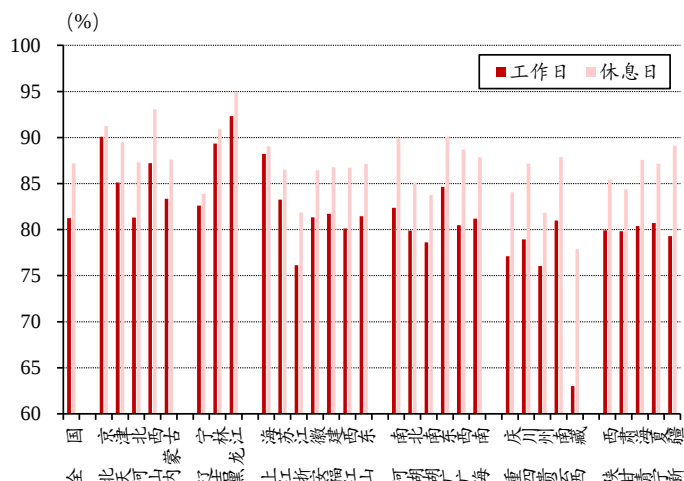
随着互联网技术进步和基础设施不断完善，2024 年我国居民互联网参与率已经达到了 92.9%，其中城镇居民参与率 94.3%，农村居民参与率略低，但也有 90.2%。即便分地区来看，互联网参与率整体也在较高水平，城镇互联网参与率低于 93% 的地区仅有四川和新疆，农村互联网参与率最低的是西藏 82.7%，但低于 85% 的地区除此之外也仅有浙江。从各地农村地区工作日和休息日互联网参与率来看，全国整体超过 80%。

图表 42. 各地区城镇和农村互联网使用参与率



资料来源：统计局《中国时间利用调查年鉴（2024）》，中银证券整理

图表 43. 各地区农村的工作日和休息日互联网参与率



资料来源：统计局《中国时间利用调查年鉴（2024）》，中银证券整理

分年龄来看，目前互联网使用时间最长的中青年，其次是老年，青少年的使用时间最短。

整体来看，互联网使用参与者日均时间为 6 小时 3 分钟，其中 18-59 岁的中青年使用时间 7 小时 19 分钟，60 岁以上的老年人使用时间为 4 小时 52 分钟，6-17 岁的青少年使用时间为 2 小时 15 分钟；分工作日/休息日看，老年人在休息日使用时间均较工作日有小幅增加，大幅增加的是青少年，但中青年在休息日的使用时间较工作日是有所下降的。

从分类来看，以手机为代表的移动端使用时间大幅领先其他设备。整体上看，手机上网参与者日均时间为 5 小时 9 分钟，电脑为 4 小时 8 分钟，其他设备为 1 小时 54 分钟；即便是上网时间最长的中青年，日均手机上网时间 5 小时 58 分钟也是超过电脑上网时间 4 小时 30 分钟的。从上网方式来看，电脑上网更大程度上与工作联系紧密，这点体现在中青年在工作日的电脑上网日均时间为 6 小时 10 分钟当中，手机上网一定程度上与休闲娱乐更相关，这体现在青少年休息日手机上网时间 4 小时 10 分钟，远超电脑的 2 小时 40 分钟。

图表 44. 互联网使用参与者按年龄划分每日平均时间（单位：分钟）

	合计	6-17 周岁	18-59 周岁	60 周岁及以上
互联网使用参与者 每日平均时间(合计)	6:3'	2:15'	7:19'	4:52'
互联网使用参与者 每日平均时间(工作日)	6:29'	2:22'	7:29'	5:7'
互联网使用参与者 每日平均时间(休息日)	6:26'	4:31'	7:15'	5:11'
全部居民 每日平均时间(合计)	5:37'	1:51'	7:13'	4:9'
手机上网参与者 每日平均时间(合计)	5:9'	1:58'	5:58'	4:29'
手机上网参与者 每日平均时间(工作日)	5:26'	2:15'	5:56'	4:51'
手机上网参与者 每日平均时间(休息日)	5:58'	4:10'	6:34'	4:58'
电脑上网参与者 每日平均时间(合计)	4:8'	1:11'	4:30'	2:28'
电脑上网参与者 每日平均时间(工作日)	5:54'	2:4'	6:10'	3:22'
电脑上网参与者 每日平均时间(休息日)	4:12'	2:40'	4:33'	3:11'
其他设备参与者 每日平均时间(合计)	1:54'	1:25'	1:37'	2:37'
其他设备参与者 每日平均时间(工作日)	2:32'	1:52'	2:16'	3:5'
其他设备参与者 每日平均时间(休息日)	2:48'	2:54'	2:27'	3:11'

资料来源：统计局《中国时间利用调查年鉴（2024）》，中银证券整理

6. 居民 24 小时：画像和演变

根据 2024 年统计局全国时间利用调查结果，我们大致给工作的“居民”侧写一个刻板画像：⁴

睡足了 9 个小时之后，早上 8:00 起床；用了 15 分钟洗漱打理，8:15 出门；20 分钟通勤之后，8:35 到达单位；吃早饭用了 20 分钟，8:55 开始进入工作状态；经过 3 个小时的工作，12:00 开始用午餐；40 分钟的午餐之后，紧接着是 45 分钟的午休；下午的工作从 1:25 开始，直到 5:00 下班；回家的路上，交通 30 分钟，再用 15 分钟买了晚饭需要的材料，5:45 到家；从 5:45 到 8:00 之间，做饭、吃饭、整理家务；从 8:00 到 10:30 之间，陪伴家人、健身、休闲娱乐；然后用 30 分钟洗漱；11:00 开始睡觉，直到第二天早上 8:00。

看起来非常普通的一天，但实际上居民的一天远不只以上的“共性”，除去吃饭、睡觉、洗漱、交通这些高度一致的每日行为，居民的生活更多体现的是“个性”：6-17 岁的青少年每天有超过 8 个小时在学习，超过七成 18-59 岁的中青年每天有将近 8 个小时在工作，60 岁以上的老人中仍有约 1/3 每天工作接近 6 个小时；更遑论参与率相对低的如家务劳动、陪伴照料家人、购买商品或服务、运动健身、社会交往等大类，在城乡、年龄等多个方面存在的差异。

另外，从时间维度看，2024 年的一天已经与 2018 年天翻地覆了：居民用更多的时间工作、交通、娱乐，用更少的时间做家务、陪伴家人、购买商品和社交。我们认为这些变化背后有两个主要原因，一是家庭户基本构成变化⁵，影响了居民的行为范式，具体来说，一人户占比和数量上升，使得更多调查样本不体现“陪伴家人”等分类，同时也减少了“做家务”等分类的时间；二是互联网已经深刻的影响了我们的生活方式，比如网络购物更加发达，外卖在用餐方面的影响明显加深，交通中共享单车和网约车的影响范围变广，娱乐方式更加依赖网络平台等等。

通过分析限额以上商品分类“消费额”的月环比季节性、限额以上部分商品“消费量”的月环比季节性和服务消费“价格”的月环比季节性，我们发现，消费基本都存在明显季节效应，但商品消费的季节性体现在电商促销、大型节假日前后，受价格和节庆的影响更大，相较之下服务消费的“假期效应”更明显。

基于当前通信技术持续发展和 AI 快速发展的特点，我们认为基于 2024 年居民时间利用调查结果，未来居民的时间分布可能有几个变化方向：一是互联网对居民工作和生活的影 响程度进一步加深，参与率进一步提升至 95% 以上，其中特别值得关注的是 6-17 岁人群每日上网时间，可能受到“互联网+教育”的影响明显提升；二是 AI 将较大程度上提升居民工作效率，但对有酬劳动的日均时间影响存在不确定性，特别是在 AI 技术应用初期，可能存在 AI 与人力劳动之间的替代效应，但随着 AI 技术的发展和成熟，不排除部分公司可能出现小型化、远程化、轻资产化的特点；三是科技进步可能逐步体现在家务劳动时间缩短、运动健身和文化休闲娱乐时间增加等方向。

从“投资于 人”的角度看，我们认为可以从居民“收”和“支”两方面关注：居民收入主要来自四个方面，工资性收入、财产性收入、经营净收入和转移净收入，从居民时间利用的角度看，保持和提升中青年有酬劳动参与率、优化 18 岁以下就业人口劳动环境、提升 60 岁以上人口社会保障，是稳定和 提升工资性收入的重要举措，在此之外，提升对居民时间占用较少的财产性收入，是另一个值得关注的渠道；居民支出方面，与时间强相关且能提升生活质量和获得感的，我们认为可以分为投资性支出、商品类消费支出和服务类消费支出，前者主要集中在 学习培训，年龄段也主要集中在 6-17 岁，后两者对经济增长的拉动更明显，但从时间利用看，购买商品或服务和文化休闲娱乐等普遍存在要么参与率低，要么比较依赖休息日的情况，因此促进居民消费释放的一个关键点，或是取消法定假期调休和有效落实带薪休假制度。

风险提示：

1. 全球经济增长偏弱。全球经济增长偏弱的大环境可能传导至国内，影响我国经济增速，进而影响企业盈利和居民收入增速。居民为增收可能延长工作时间，不仅减少了可用于消费的时间，同时也可能缩减消费支出。

2. 科技发展和应用偏慢。科技发展可能从两方面影响居民生活，一是在高技术产业的国际竞争中，科技发展偏慢可能影响国际竞争格局，在中长期内影响国际资本流动和本地区国际竞争力，二是新技术应用与生产端效率的关系较为紧密，应用偏慢可能影响生产端企业的国际竞争力。

⁴ https://www.stats.gov.cn/sj/zxfb/202410/t20241031_1957216.html

⁵ 请参考报告《中银证券-宏观经济-家庭户二十年变迁-张晓娇 朱启兵-250410》

披露声明

本报告准确表述了证券分析师的个人观点。该证券分析师声明，本人未在公司内、外部机构兼任有损本人独立性与客观性的其他职务，没有担任本报告评论的上市公司的董事、监事或高级管理人员；也不拥有与该上市公司有关的任何财务权益；本报告评论的上市公司或其它第三方都没有或没有承诺向本人提供与本报告有关的任何补偿或其它利益。

中银国际证券股份有限公司同时声明，将通过公司网站披露本公司授权公众媒体及其他机构刊载或者转发证券研究报告有关情况。如有投资者于未经授权的公众媒体看到或从其他机构获得本研究报告的，请慎重使用所获得的研究报告，以防止被误导，中银国际证券股份有限公司不对其报告理解和使用承担任何责任。

评级体系说明

以报告发布日后公司股价/行业指数涨跌幅相对同期相关市场指数的涨跌幅的表现为基准：

公司投资评级：

- 买入：预计该公司股价在未来 6-12 个月内超越基准指数 20%以上；
- 增持：预计该公司股价在未来 6-12 个月内超越基准指数 10%-20%；
- 中性：预计该公司股价在未来 6-12 个月内相对基准指数变动幅度在-10%-10%之间；
- 减持：预计该公司股价在未来 6-12 个月内相对基准指数跌幅在 10%以上；
- 未有评级：因无法获取必要的资料或者其他原因，未能给出明确的投资评级。

行业投资评级：

- 强于大市：预计该行业指数在未来 6-12 个月内表现强于基准指数；
- 中性：预计该行业指数在未来 6-12 个月内表现基本与基准指数持平；
- 弱于大市：预计该行业指数在未来 6-12 个月内表现弱于基准指数；
- 未有评级：因无法获取必要的资料或者其他原因，未能给出明确的投资评级。

沪深市场基准指数为沪深 300 指数；新三板市场基准指数为三板成指或三板做市指数；香港市场基准指数为恒生指数或恒生中国企业指数；美股市场基准指数为纳斯达克综合指数或标普 500 指数。

风险提示及免责声明

本报告由中银国际证券股份有限公司证券分析师撰写并向特定客户发布。

本报告发布的特定客户包括：1) 基金、保险、QFII、QDII 等能够充分理解证券研究报告，具备专业信息处理能力的中银国际证券股份有限公司的机构客户；2) 中银国际证券股份有限公司的证券投资顾问服务团队，其可参考使用本报告。中银国际证券股份有限公司的证券投资顾问服务团队可能以本报告为基础，整合形成证券投资顾问服务建议或产品，提供给接受其证券投资顾问服务的客户。

中银国际证券股份有限公司不得以任何方式或渠道向除上述特定客户外的公司个人客户提供本报告。中银国际证券股份有限公司的个人客户从任何外部渠道获得本报告的，亦不应直接依据所获得的研究报告作出投资决策；需充分咨询证券投资顾问意见，独立作出投资决策。中银国际证券股份有限公司不承担由此产生的任何责任及损失等。

本报告内含保密信息，仅供收件人使用。阁下作为收件人，不得出于任何目的直接或间接复制、派发或转发此报告全部或部分内容予任何其他人，或将此报告全部或部分内容发表。如发现本研究报告被私自刊载或转发的，中银国际证券股份有限公司将及时采取维权措施，追究有关媒体或者机构的责任。所有本报告期内使用的商标、服务标记及标记均为中银国际证券股份有限公司或其附属及关联公司（统称“中银国际集团”）的商标、服务标记、注册商标或注册服务标记。

本报告及其所载的任何信息、材料或内容只提供给阁下作参考之用，并未考虑到任何特别的投资目的、财务状况或特殊需要，不能成为或被视为出售或购买或认购证券或其它金融票据的要约或邀请，亦不构成任何合约或承诺的基础。中银国际证券股份有限公司不能确保本报告中提及的投资产品适合任何特定投资者。本报告的内容不构成对任何人的投资建议，阁下不会因为收到本报告而成为中银国际集团的客户。阁下收到或阅读本报告须在承诺购买任何报告中所指之投资产品之前，就该投资产品的适合性，包括阁下的特殊投资目的、财务状况及其特别需要寻求阁下相关投资顾问的意见。

尽管本报告所载资料的来源及观点都是中银国际证券股份有限公司及其证券分析师从相信可靠的来源取得或达到，但撰写本报告的证券分析师或中银国际集团的任何成员及其董事、高管、员工或其他任何个人（包括其关联方）都不能保证它们的准确性或完整性。除非法律或规则规定必须承担的责任外，中银国际集团任何成员不对使用本报告的材料而引致的损失负任何责任。本报告对其中所包含的或讨论的信息或意见的准确性、完整性或公平性不作任何明示或暗示的声明或保证。阁下不应单纯依靠本报告而取代个人的独立判断。本报告仅反映证券分析师在撰写本报告时的设想、见解及分析方法。中银国际集团成员可发布其它与本报告所载资料不一致及有不同结论的报告，亦有可能采取与本报告观点不同的投资策略。为免生疑问，本报告所载的观点并不代表中银国际集团成员的立场。

本报告可能附载其它网站的地址或超级链接。对于本报告可能涉及到中银国际集团本身网站以外的资料，中银国际集团未有参阅有关网站，也不对它们的内容负责。提供这些地址或超级链接（包括连接到中银国际集团网站的地址及超级链接）的目的，纯粹为了阁下的方便及参考，连结网站的内容不构成本报告的任何部份。阁下须承担浏览这些网站的风险。

本报告所载的资料、意见及推测仅基于现状，不构成任何保证，可随时更改，毋须提前通知。本报告不构成投资、法律、会计或税务建议或保证任何投资或策略适用于阁下个别情况。本报告不能作为阁下私人投资的建议。

过往的表现不能被视作将来表现的指示或保证，也不能代表或对将来表现做出任何明示或暗示的保障。本报告所载的资料、意见及预测只是反映证券分析师在本报告所载日期的判断，可随时更改。本报告中涉及证券或金融工具的价格、价值及收入可能出现上升或下跌。

部分投资可能不会轻易变现，可能在出售或变现投资时存在难度。同样，阁下获得有关投资的价值或风险的可靠信息也存在困难。本报告中包含或涉及的投资及服务可能未必适合阁下。如上所述，阁下须在做出任何投资决策之前，包括买卖本报告涉及的任何证券，寻求阁下相关投资顾问的意见。

中银国际证券股份有限公司及其附属及关联公司版权所有。保留一切权利。

中银国际证券股份有限公司

中国上海浦东
银城中路 200 号
中银大厦 39 楼
邮编 200121
电话: (8621) 6860 4866
传真: (8621) 5888 3554

相关关联机构:

中银国际研究有限公司

香港花园道一号
中银大厦二十楼
电话: (852) 3988 6333
致电香港免费电话:
中国网通 10 省市客户请拨打: 10800 8521065
中国电信 21 省市客户请拨打: 10800 1521065
新加坡客户请拨打: 800 852 3392
传真: (852) 2147 9513

中银国际证券有限公司

香港花园道一号
中银大厦二十楼
电话: (852) 3988 6333
传真: (852) 2147 9513

中银国际控股有限公司北京代表处

中国北京市西城区
西单北大街 110 号 8 层
邮编: 100032
电话: (8610) 8326 2000
传真: (8610) 8326 2291

中银国际(英国)有限公司

2/F, 1 Lothbury
London EC2R 7DB
United Kingdom
电话: (4420) 3651 8888
传真: (4420) 3651 8877

中银国际(美国)有限公司

美国纽约市美国大道 1045 号
7 Bryant Park 15 楼
NY 10018
电话: (1) 212 259 0888
传真: (1) 212 259 0889

中银国际(新加坡)有限公司

注册编号 199303046Z
新加坡百得利路四号
中国银行大厦四楼(049908)
电话: (65) 6692 6829 / 6534 5587
传真: (65) 6534 3996 / 6532 3371