

发挥消费对新发展格局支撑作用

王岩

内需的重要作用。

构建新发展格局的重要力量

改革开放以来的实践表明，对于我国这样的发展中国家，要用好国内国际两个市场、两种资源并且不断增强国际竞争力，必须有强大的国内经济循环体系作为基础和支撑。从需求侧看，促进经济增长的因素主要是消费、投资和出口。其中，消费是基础，消费增长可以促进投资和出口增长，消费需求增加在推动消费品生产部门扩大投资的同时，也对生产部门形成新的投资需求。还要看到，消费在很大程度上决定着创新活动的速度、效率和方向，高速增长且规模巨大的消费市场能够有力支撑本土企业对全球创新资源的配置、利用与整合。

当前，我们加快构建新发展格局，着力增强生存力、竞争力、发展力、持续力，需高度重视消费对构建新发展格局的重要作用。

一方面，消费是畅通国内大循环的“主引擎”。近年来，我国消费市场呈现出蓬勃活力和巨大潜力，居民消费需求已从“有没有”向“好不好”升级，品质型消费逐渐取代温饱型消费成为人民群众美好生活需要的重要内容。在消费总量上，2020年我国社会消费品零售总额已相当于美国的91%，而国内生产总值只有美国的70%，这表明我国超大规模市场优势尚未充分发挥；在消费结构上，我国已进入消费结构升级的加速期，新的市场需求能有效带动战略性新兴产业发展和新旧动能转换；在消费趋势上，随着经济转向高质量发展阶段和居民收入持续稳定增长，我国中等收入群体规模持续扩大。充分发挥国内超大规模市场优势，繁荣国内经济，畅通国内大循环，不仅可以为我国经济发展增添动力，还有利于带动世界经济复苏。

另一方面，消费是推动国内国际双循环相互促进的“助推器”。以国内大循环为主体，并不是单纯依靠国内市场，而是需要适应外部环境和经济形势的变化，依托我国超大规模市场优势促进国际合作，以强大的国内需求集聚全球优质资源，在国内国际双循环相互促进中实现高质量发展。在生产者与消费者相对分离的经济体系特别是在国际市场中，生产和消费双方供给与需求的信息畅通成为再生产过程循环顺畅的关键，必须认识到消费在社会再生产过程中作为目的和终点的核心作用，将消费的“助推器”作用充分发挥出来。

还要看到，着力扩大消费、充分发挥我国超大规模市场优势，能有力应对风险



挑战。消费需求的增加会产生“本土市场效应”，即随着某种产品的国内市场规模扩大，这种产品的出口优势也会增强，从而推动出口增长。从这个角度看，要从源头上减少和缓解国际经贸摩擦，提高抗风险能力，同样需要立足国内市场，坚持实施扩大内需战略，更好统筹国内发展和对外开放，促进内需与外需平衡发展。

坚定实施扩大内需战略

实施扩大内需战略，要把扩大消费规模和改善人民生活品质结合起来，以促进消费为切入点，以满足人民美好生活需要为根本出发点和落脚点，着力打通生产、分配、流通、消费各个环节，发挥消费的基础作用和投资的关键作用，有效提升内需在促进我国经济增长、推动科技创新、培育市场主体等方面的作用，以扩大内需为战略基点，着力构建新发展格局。

一方面，要多措并举扩大消费需求。就业是民生之本，也是居民消费信心的关键支撑力量，需在宏观调控中突出就业优先导向，加大对中小微企业支持力度，拓宽社会化就业渠道，积极落实灵活就业人员社会保险、公益性岗位补贴，大力开展职业技能培训教育，不断增强劳动者就业能力。收入是消费增长的决定性因素，需着

力构建初次分配、再分配、三次分配协调配套的基础性制度安排，逐步扩大中等收入群体规模，推动资本市场健康发展，提高居民财产性收入。社会保障是居民消费的重要保障，需增加在教育、医疗、住房、养老等领域的投入，努力实现公共服务均等化，缓解居民消费的后顾之忧。

另一方面，要千方百计优化消费供给。一是提升传统消费品质，引导企业增强品牌意识，加快培育名品、名店，提升商品与服务的附加值和企业软实力，增加品牌消费供给；推进商品质量提档升级，提升消费品品质，扩大品质消费供给；促进绿色、节能等方面的消费，提高绿色消费占比。二是促进服务消费提质扩容，聚焦基本生活服务消费，促进生活服务业态融合集聚发展，鼓励社会资本参与健康、养老等服务领域，放宽市场准入，激发各类主体的积极性，优化健康与养老服务消费供给。三是发展新型消费，丰富可穿戴设备、智能家电、虚拟现实等智能产品供给，鼓励电商业态与模式创新，规范发展消费新业态。四是打造高品质消费载体，加快国际消费中心城市培育和建设，对标国际着力优化国内外优质品牌商品供给，引导城市商业中心提升集聚辐射能力，推动商业资源下沉乡村，发展县域商业体系。

建立健全绿色低碳循环发展经济体系，促进经济社会发展全面绿色转型，是我国资源环境生态问题、推动经济高质量发展、满足人民日益增长的美好生活需要的重要举措。在此进程中，加快形成绿色生产生活方式至关重要。当前，我国城乡居民消费不断升级，顺应这一趋势把推动形成绿色生活方式同改善人民生活品质结合起来，促进消费绿色发展，对贯彻新发展理念、构建新发展格局、推动高质量发展、实现碳达峰碳中和目标，都具有重要作用。

绿色消费是各类消费主体在消费活动全过程贯彻绿色低碳理念的消费行为。随着我国居民消费从主要解决“有没有”向实现“好不好”转化，消费多元化、品质化、个性化特征日益凸显，绿色消费理念日渐深入人心，我国促进绿色消费相关工作也取得积极进展。同时也要看到，更好促进绿色消费还面临一些困难和挑战。比如，促进绿色消费相关政策尚缺乏规范性、连续性，绿色低碳产品和服务供给的市场管理机制还不健全、技术服务体系仍不完善，一些领域依然存在浪费和不合理消费等问题，绿色消费需求还没充分激发和释放，其对经济高质量发展的支撑作用还需进一步提升。

需要看到，绿色低碳发展是经济社会发展全面转型的复杂工程和长期任务，促进绿色消费也是消费领域的一场深刻变革。以绿色消费推动绿色低碳循环发展，不仅要在消费各领域全周期全链条全体系深度融入绿色理念，而且要以更加宽广的视野谋划促进绿色消费，并以此推动绿色低碳循环发展。

一是以绿色消费推动产业绿色低碳转型。绿色消费是推动供给侧结构性改革的重要动力之一，其对产业绿色低碳转型发挥着引导作用。绿色消费的理念和行动能通过影响消费结构、消费规模以及消费者偏好等传导至生产领域，进而对要素配置方向、生产技术改进等产生重要影响。更好促进绿色消费，以绿色生活方式推动形成绿色生产方式，有利于推动产业向节能环保、环境友好方向加快转型。对此，要积极配合产业结构调整，加快传统产业绿色改造，构建科技含量高、资源消耗低、环境污染少的产业框架；推动绿色产业发展，加大对环保产业、清洁生产、绿色服务业的支持力度；推动互联网、大数据、人工智能等新兴数字技术与绿色低碳产业深度融合。按照减量化、再利用、资源化原则，加快构建高效绿色低碳循环的现代产业体系。

二是以绿色消费推动绿色科技创新发展。绿色消费理念的形成、绿色产品需求规模的增长，能有效推动绿色低碳技术的大规模应用和迭代升级，在推动传统产业绿色低碳转型的同时催生更多新兴产业新业态新模式。当前，绿色低碳产品面临研发成本高、风险大、收益不稳定等现实问题，需加强产学研合作，积极主动了解当前和今后一个时期的消费需求，消费水平等，准确定位产品技术层级和对象，建立完整有效的、研发与推广相结合的体系，有效解决绿色产品供给不足、价格过高等问题。要充分发挥绿色消费的强大推动力，推动绿色技术创新，助力构建绿色低碳创新体系。

三是以绿色消费促进资源节约循环高效利用。绿色消费对推动产品生产、流通、回收、再利用各环节实现节能减碳和循环发展有重要作用，需树立资源节约、低碳绿色、环保高效的价值取向，重点在建立市场化运作、多元化投入和资源循环高效利用的节能减排降碳机制上下功夫。要积极推进资源有偿使用和生态产品价值实现，建立完善生态补偿机制和碳排放权交易制度，统筹兼顾消费与生产、流通、回收、再利用各环节顺畅衔接，大力发展循环经济，使用清洁能源，实现各类资源节约循环高效利用。

四是以绿色消费推动生态环境治理体系和治理能力现代化。绿色消费对产品和服务提出的生态环境需求，有助于减少污染物和碳排放、改善环境质量，有助于提高生态环境治理体系和治理能力现代化水平。形成绿色低碳消费模式，不仅需要生态环境治理从生产环节拓展到消费环节，而且需要促使社会各界更为直接地参与治理全过程，推动形成绿色低碳供应链和价值链，进一步完善生态环境治理体系、提升生态环境治理能力。绿色消费需求的增长能充分调动各类主体参与治理的积极性，建议通过市场手段，更好发展排污权、碳排放权、碳汇等交易市场，推动多主体共治，形成治理环境污染、推动绿色转型的强大合力。

绿色发展是理念，是“双碳”目标下需要落实在社会生活中的具体实践。更好发挥绿色消费对经济高质量发展的支撑作用，还需切实贯彻绿色发展理念，不断增强全民节约低碳、生态环保意识，推动形成节约适度、绿色低碳、文明健康的生活方式和消费模式。对此，要大力宣传和推广绿色低碳发展理念，倡导勤俭节约、绿色低碳消费，把绿色低碳发展纳入国民教育体系，崇尚绿色消费价值观，推动绿色消费与公众日常生活深度融合，加快形成全民参与绿色消费的良好氛围；要提升绿色低碳产品的供给水平，在重点领域不断丰富和扩大绿色产品的消费品类和规模；要加强促进绿色消费的政策保障和引导力度，不断完善企业生产绿色产品的税收优惠政策，逐步建立起完善的绿色消费制度保障体系；要完善绿色低碳产品认证体系和产品碳足迹评价体系，不断推进绿色低碳产品标准、标识和认证工作，为消费者提供优质消费体验。

扩大消费需重点把握几个问题

王青

影响消费的其他方面因素考虑不足，就容易造成相关政策空转。对此，要坚持系统观念，更加全面地考虑扩大消费、释放消费潜力的各项务实举措，聚焦当前影响和阻碍消费的关键堵点发力，重点围绕消费者愿意消费但不能消费、不敢消费的问题施策，以促进消费助推经济大盘稳定、推动经济持续增长。

第二，扩大消费不仅要关注需求端，而且要在供给端协同发力。

当前，消费市场面临的问题主要表现在需求端，但观察其背后成因，却是由需求端和供给端问题相互叠加造成的。如果扩大消费的相关政策过多侧重于需求而忽略供给，虽然也能在一定程度上缓解问题，却难以从根本上解决矛盾。

从供给端看，我国中高端、多样化、多层次的商品服务供给体系尚未完全形成，这是制约消费规模不断扩大、消费结构持续优化的主要问题。解决这一问题，需要整个产业体系、创新体系以及相关规则制度的协同优化，不可能在短期内一蹴而就。着眼于当前，需尽快修复被新冠肺炎疫情冲击的商品服务供给体系，重点是避免极端情况下供应链断链、物流通道阻塞、复工复产受阻等导致的新问题，降低供应链被动中断的风险，减少因疫情导致服务行业供给弹性和韧性不足而带来的消费损失。着眼于中长期，需更好实施扩大内需战略，坚持以供给侧结构性改革为主线，提升供给体系对国内需求的适配性，打通经济循环堵点，加强产业链、供应链的完整性，使国内市场成为最终需求的主要来源，形成需求牵引供给、供给创造需求的更高水平动态平衡。

第三，把握消费升级大趋势，顺势而为培育消费新增长点。

现代消费社会中，消费的重点内容不仅是满足人们基本生活需要的商品，还包括满足发展和享受需要的商品和服务。当前，我国居民消费已经从主要解决“有没有”转向实现“好不好”，消费呈现多元化、品质化、个性化、时尚化、融合化等特征。扩消费，就要紧紧把握消费升级和创新的大趋势，积极培育壮大形成一批消费新增长点，这样才能形成以点带面、可持续的消费增长格局。

进入新发展阶段，我国消费市场潜力巨大，创新发展动力强劲。年轻消费群体、中等收入群体、“年轻老年人”群体对消费的引领作用更加突出；服务消费、高品质消费成为消费升级的主要方向；智能家电、健康食品、新能源汽车、新国货等商品领域，文化、娱乐、健康、旅游、信息、教育、医疗等服务领域，将涌现多个万亿级乃至十万亿级消费市场。技术进步、绿色发展、现代都市圈建设、乡村振兴、区域一体化发展等，都将为消费扩大和创新提供源源不断的发展动能。

第四，扩大消费和稳定经济大盘，应高效统筹疫情防控和经济社会发展工作。

抗击新冠肺炎疫情是一场大考，不仅考验疫情防控、社会治理能力，也考验在疫情防控取得积极成效的同时推动经济社会发展取得新成绩的能力。对疫情防控和经济社会发展的关系，要综合看、系统看、长远看，特别是要从政治上看、算政治账。要全面落实疫情要防住、经济要稳住、发展要安全的要求，巩固经济回升向好趋势，着力稳就业稳物价，保持经济运

行在合理区间，力争实现最好结果。具体到扩内需、促消费，当前仍需充分总结经验，制定并完善疫情防控不同阶段确保产业链供应链平稳运行的应对预案，尽可能保障服务行业的持续供给能力，尽力改善小微市场主体的市场预期和经营环境。宏观政策要在扩大内需上积极作为，支持地方政府用足用好专项债务限额，货币政策要保持流动性合理充裕，加大对企业的信贷支持，提高产业链供应链稳定性和国际竞争力。

第五，聚焦消费领域痛点堵点，加快完善扩大消费的体制机制。

应该认识到，当前经济发展面临的需求收缩压力，尽管有受疫情冲击影响的因素，但体制机制障碍仍是制约消费扩大和升级的突出问题。特别是在经济增速放缓的情况下，体制机制障碍的制约将更加明显。要实现消费的全面持续增长，需有良好的消费环境和完善的消费政策支撑，要抓住加快推进消费领域相关改革、加快完善促进消费体制机制的重要窗口期，坚决落实已出台的各项决策部署。具体来看，需解决好重点领域消费市场还不能有效满足城乡居民多层次多样化消费需求、监管体制尚不适应消费新业态新模式迅速发展、质量和标准体系仍滞后于消费提质扩容需要、信用体系和消费者权益保护机制还未能充分发挥作用、消费政策体系尚难以有效支撑居民消费能力提升和预期改善等一系列问题，加快收入分配、公平竞争、财政税收、统一市场、信用体系、营商环境、市场监管、消费者权益保护等领域的改革，尽可能消除居民愿消费不能消费的限制、想消费不敢消费的困扰。

消费是最终需求，既是生产的最终目的和动力，也是人民美好生活需要的直接体现。今年经济工作要稳字当头、稳中求进，其中一项重要任务，就是实施好扩大内需战略，促进消费持续恢复，积极扩大有效投资，增强发展内生动力。从中长期看，面对纷繁复杂的内外部发展环境，坚持促消费特别是居民消费，是推动高质量发展和构建新发展格局的重要动力和关键基础。从短期看，促消费也是有效应对需求收缩、供给冲击、预期转弱三重压力的务实之策。现阶段，我们应深刻认识消费变化的逻辑和规律，重点把握好几个方面问题。

第一，理性认识持续扩大消费和推动经济增长之间的关系。

消费不是无源之水、无根之木，其既是当期及下一期拉动经济增长的重要动能，又是上一期经济增长的结果。决定消费规模和质量的根本因素是居民收入，而影响收入的重要方面是宏观经济运行状况，因此，消费与宏观经济之间一般具有比例关系，国内外也很少出现消费增幅大幅度偏离整体经济增速的情况。基于此，我们对于扩大消费效果的预期，也应该建立在对经济潜在增长水平预期的基础上。

当前，世界百年变局和世纪疫情交织叠加，我国经济发展环境的复杂性、严峻性、不确定性上升，经济发展面临三重压力，稳增长、稳就业、稳物价面临新的挑战，居民收入和就业预期走弱，预防性储蓄动机增强，这些都会在短期内对消费产生不利影响。在此背景下，如果简单地将扩大消费作为拉动经济增长的手段，而对