

遵义会议的重要启示和精神力量

林绪武

1935年1月,中央红军攻克黔北重镇遵义,中央政治局在长征途中召开了遵义会议。此前,红军经历了第五次反“围剿”的失败以及长征初期的一连串失利。湘江战役后,中央红军主力由长征开始时的8.6万人锐减到3万多人,几乎陷入被动挨打、濒于全军覆没的危机。召开于生死关头的遵义会议,挽救了党、挽救了红军、挽救了中国革命,是我们党历史上一次具有伟大转折意义的重要会议,给党和人民留下了宝贵而深厚的精神财富。习近平总书记指出,“我们要运用好遵义会议历史经验,让遵义会议精神永放光芒”。90年后的今天,遵义会议的重要启示和精神力量,穿越时空、历久弥新,依然激励着我们不断从胜利走向新的胜利。

确立和维护党的领导核心至关重要

遵义会议对中央领导机构进行了调整,事实上确立了毛泽东同志在党中央和红军的领导地位,开始形成以毛泽东同志为核心的党的第一代中央领导集体,确保了党在思想上的统一、政治上的团结、行动上的一致,打开了中国革命新局面。

遵义会议的历史经验告诉我们,领导中国革命取得成功,必须有一个在实践中形成的坚强的中央领导集体及其核心。只有这样,才能保证党的思想路线、政治路线、组织路线的正确,才能实现全党的高度统一和坚强团结,才能使党和国家的事业兴旺发达、蒸蒸日上。

在改革开放和社会主义现代化建设新时期,以邓小平同志为核心的党的第二代中央领导集体的探索和实践,实现了党和国家工作中心的转移,开启了改革开放的伟大征程,成功开创了中国特色社会主义。

党的十八大以来,中国特色社会主义进入新时代。以习近平同志为核心的党中央统筹把握中华民族伟大复兴战略全局和世界百年未有之大变局,领导全党全国各族人民砥砺前

行,成功实现第一个百年奋斗目标,开启实现第二个百年奋斗目标新征程。党确立习近平同志党中央的核心、全党的核心地位,确立习近平新时代中国特色社会主义思想的指导地位,反映了全党全军全国各族人民共同心愿,对新时代党和国家事业发展、对推进中华民族伟大复兴历史进程具有决定性意义。

历史和现实充分表明,全党有核心,党中央才有权威,党才有力量。今天,比历史上任何时期都更接近、更有信心和能力实现中华民族伟大复兴的目标。越是接近目标,越是形势复杂,越是任务艰巨,越要发挥党中央集中统一领导的定海神针作用。新征程上,我们要牢记并运用好遵义会议历史经验,深刻领悟“两个确立”的决定性意义,增强做到“两个维护”的思想自觉和行动自觉,在以习近平同志为核心的党中央坚强领导下,进一步深化改革、推进中国式现代化,为实现中华民族伟大复兴不懈奋斗。

自觉推动马克思主义中国化时代化

渡过湘江之后,中央红军内部对“仗要怎么打、路往何方走”存在激烈的争论,这反映出两种思想路线的根本分歧。一种是把马克思主义教条化,把共产国际的指示和决定神圣化,一切听其指挥;一种是把马克思主义基本原理同中国革命具体实践相结合,坚持一切从中国实际出发,依靠中国人自己的力量去夺取胜利。遵义会议虽然主要解决的是军事问题和组织问题,但纠正了“左”倾教条主义错误,开始确立以毛泽东同志为主要代表的马克思主义正确路线在党中央的领导地位。

遵义会议后,党和红军呈现全新面貌,显示出强大的生机和活力,取得长征的胜利。习近平总书记指出:“长征走过的道路,不仅翻越了千山万水,而且翻越了把马克思主义当做一成不变的教条的错误思想障碍。”遵义会

议带给我们的一个重要经验和启示就是,坚持马克思主义基本原理同中国具体实际相结合,不断推进马克思主义中国化时代化,着眼于解决革命、建设、改革中的实际问题,不断作出符合中国实际和时代要求的正确回答。

中国共产党为什么能,中国特色社会主义为什么好,归根到底是马克思主义行,是中国化时代化的马克思主义行。我们党的历史,就是一部不断推进马克思主义中国化时代化的历史,就是一部不断推进理论创新、进行理论创造的历史。

习近平新时代中国特色社会主义思想是马克思主义中国化时代化的最新理论成果。党的二十大报告指出:“只有把马克思主义基本原理同中国具体实际相结合、同中华优秀传统文化相结合,坚持运用辩证唯物主义和历史唯物主义,才能正确回答时代和实践提出的重大问题,才能始终保持马克思主义的蓬勃生机和旺盛活力。”新征程上,我们要传承弘扬遵义会议精神,自觉推动马克思主义中国化时代化,坚持不懈用习近平新时代中国特色社会主义思想武装头脑、指导实践、推动工作,不断回答中国之问、世界之问、人民之问、时代之问,续写马克思主义中国化时代化新篇章。

始终坚持独立自主走自己的路

无论是确立毛泽东同志在党中央和红军的领导地位,还是结束“左”倾教条主义错误在中央的统治,这些成果都是中国共产党在同共产国际失去联系的情况下独立自主取得的。遵义会议开启了党独立自主解决中国革命实际问题新阶段。

《中共中央关于党的百年奋斗重大成就和历史经验的决议》强调,“党历来坚持独立自主开拓前进道路,坚持把国家和民族发展放在自己力量的基点上,坚持中国的事情必须由中国人民自己作主张、自己来处理”。毛泽东同志

1963年同外宾谈话时曾明确说过,“真正懂得独立自主是从遵义会议开始的”。

坚持独立自主,是中国共产党百年奋斗积累的宝贵历史经验,是党和人民事业不断取得胜利的根本保证,是实现中华民族伟大复兴的必然选择。遵义会议后,中国共产党掌握了中国革命的主动权和领导权,独立自主地从中国国情出发走自己的路,扭转了中央红军军事上严重受挫的局面,化被动为主动。新中国成立后,党领导人民坚持独立自主、自力更生,在旧中国一穷二白的基础上建立起独立的、比较完整的工业体系和国民经济体系。改革开放后,党领导人民继承和发扬独立自主精神,抓住机遇、勇于创新,开创和发展了中国特色社会主义。进入新时代,我们党继续坚持独立自主地思考和解决新的实际问题,推动党和国家事业取得历史性成就,发生历史性变革。正是因为我们始终坚持独立自主,才走出了中国式现代化新道路。中国式现代化关键在科技现代化。新时代以来,我国自主创新能力持续提升,“神舟”飞天、“蛟龙”入海、“北斗”组网、“嫦娥”揽月、“天和”驻空等成就令人惊叹,集成电路、人工智能等新兴产业蓬勃发展,国产大飞机实现商飞,高铁技术树起国际标杆,无一不向世界展示着中国的自主创新能力。

遵义会议虽然过去90年了,但却是永远的丰碑,见证着薪火传递,激励着后人前行,其坚定信念、实事求是、独立自主、敢闯新路、民主团结的伟大精神永放光芒。新时代新征程,我们要从遵义会议精神中深刻感悟共产党人的初心和使命,在以习近平同志为核心的党中央坚强领导下,始终坚持独立自主走自己的路,始终把中国发展进步的命运牢牢掌握在自己手中,以中国式现代化全面推进强国建设、民族复兴伟业。

(作者系北京大学马克思主义学院教授、江西省中国特色社会主义理论体系研究中心特约研究员)

信心比黄金更重要。预期管理作为宏观调控的重要内容和手段,对于提振信心发挥着不可替代的作用。党的二十届三中全会通过的《中共中央关于进一步全面深化改革、推进中国式现代化的决定》提出,“健全预期管理机制”。2024年中央经济工作会议多次提及“预期”这个词,包括“稳定预期、激发活力,推动经济持续回升向好”“加强预期管理,协同推进政策实施和预期引导”等。预期管理为何如此重要?这既可从理论上进行分析,也可结合经济运行实际状况深化理解。

预期,是人们对未来经济变量作出的一种估计,具体可表现为企业、家庭等主体对其经济决策有关的经济指标的预测。基于自身形成的预期,企业或家庭等会做出投资或消费决策,进而对经济产生影响。例如,如果企业预测未来的产品价格将上涨,为了追求更多的利润或降低成本,可能会增加当期投资和生产;如果家庭预测未来物价将上涨,可能会增加当期购买或消费。这样,就可能扩大总需求和刺激经济增长。预期管理一般是指通过政策干预、信息沟通与舆论引导等,向市场传递明确一致的信息,对经营主体等的预期进行引导和调整,以提振其信心,促使其做出有利于经济发展的决策。

预期与微观经济活动和宏观经济运行相关联,不同主体的预期叠加在一起将构成社会预期,从而成为影响宏观经济的重要力量。社会预期的波动会在一定程度上引起宏观经济波动。同时,预期会影响经济政策的实施效果,也会影响政策空间。经济政策通常是通过引导或改变经营主体的经济行为来发挥作用,经济政策的实施效果与经营主体的预期相关。以减税政策为例,减税政策能够增加经营主体的收入,但如果经营主体对经济前景感到悲观而未将这些收入用来增加投资,则减税政策便无法产生效果。相反,如果经营主体因产生乐观预期而增加投资,则会推动经济增长,从而实现政策目标。此外,还有一类政策是专门通过影响预期来发挥作用的,如货币政策工具中的前瞻性指引,或财政政策工具中的政策指引和沟通等。

预期的变化受经济发展的影响,也是经济发展的重要影响因素。社会预期偏弱意味着经营主体的信心不振,就会导致有效需求不足,进一步加重预期偏弱问题,从而产生恶性循环和多米诺骨牌效应。所以,应把预期管理作为重要抓手,通过预期管理来推动经济回升向好。美国1929年发生大萧条的一个重要原因就是华尔街股市的骤然下跌引发了悲观预期,经营主体普遍丧失信心,产生恐慌情绪,引致经济陷入深度衰退。德国为应对经济下滑,曾成功使用财政政策工具来直接管理预期。如2005年11月,宣布从2007年1月开始将增值税税率提高3个百分点;2020年6月,宣布临时性将增值税税率由19%降至16%,实施期限从当年7月1日到12月31日。通过提前发布关于未来将提高税率的消息或宣布暂时性的税率变化,德国政府成功引导家庭产生了通胀预期,从而刺激消费需求和促进经济增长。我国在应对1997年亚洲金融危机和2008年国际金融危机的冲击中,都及时释放出清晰的稳增长信号,成功改善了经营主体的预期和信心,使其扩大投资和消费,从而避免经济大幅下滑。2024年,我国出台了一系列稳预期政策,特别是9月26日中央政治局会议部署实施一揽子增量政策,使经营主体的预期和信心得到明显改善,为顺利实现年度增长目标奠定了基础。

构建前瞻性更强、靶向更精准的宏观经济治理体系,从加强预期管理的角度应重视以下工作:引入直接影响预期的政策工具,强化政策指引或提前发布一些关于未来政策的信息。建立健全跨部门的政策沟通与协调机制,加强部门之间的沟通与协作,增强宏观政策取向一致性,协同推进政策实施和预期引导,提高政策之间的协调性和协同性。另外,还应加强科普教育和知识普及,特别是经济知识、金融知识的普及,针对热点问题和经济现象进行解读和阐释,以提高政策的预期管理效果。建立常态化的信息沟通和协调机制,搭建政府与经营主体之间的沟通平台,构建多元化的政策沟通方式,有效提升沟通效率和效果。

(作者系北京市习近平新时代中国特色社会主义思想研究中心特约研究员、中央财经大学国际经济与贸易学院二年级教授)

提升消费意愿和层级

依绍华

消费作为重要的经济活动,既是生产的最终目的,也是经济发展的重要引擎,对经济循环起着牵引带动作用。落实中央经济工作会议提出的“提升消费能力、意愿和层级”要求,有利于满足人民对美好生活向往的现实需要,为经济高质量发展注入更多新动能。

2024年我国社会消费品零售总额同比增长3.5%,服务零售额同比增长6.2%,增速高于同期商品零售额3.0个百分点。其中,交通、旅游等服务消费零售额增长较好,数字娱乐、在线教育、直播及短视频购物等新型消费带动信息类服务零售额实现两位数增长。这充分表明,居民消费从以商品消费为主向商品和服务消费并重转变,从消费类型、结构和层级来看,由生存型向发展和享受型转变。随着我国人均GDP不断攀升,居民消费需求从“有没有”转向“好不好”“优不优”,消费需求特征从大众化转向个性化、多元化、多样化,进而对消费供给提出更高要求。因此,大力提振消费,除了要在推动居民收入稳定增长、提升消费能力上下功夫,还需通过进一步创

新消费场景、丰富消费体验、延伸消费链条等,更好激发消费意愿、提升消费层级。

近年来,我国深化国际消费中心城市建设计划,创新各类多业态融合方式,在扩大消费上取得了一些积极成效。应在总结成功实践经验的基础上,顺应新型消费发展规律,进一步从供给端发力,以科技创新赋能产销全链条,做好提升消费意愿和层级的文章。

一是创新消费场景。近年来,适应消费需求新变化,传统商业设施逐渐由单一消费场所向生活化、社交化载体转变,零售、餐饮、文化、娱乐、体育、健身、生活服务等多业态融合趋势明显,由满足消费者商品购物需求向满足消费者精神文化需求延伸,由经营生活用品向提供文创、娱乐产品和服务等方面扩展,形成了对消费者的强大引力场。有的品牌家电打造一体化门店,提供沉浸式智慧生活体验,并针对不同顾客需求开展不同场景的私人定制服务,再配以生活美学类、课程分享类等活动,拓展消费者对科技的认知,通过

体验“科技让生活更美好”的幸福感,极大激发消费意愿。鲜活的实践告诉我们,培育新型消费业态,创造更多消费场景,能够更好地满足人民群众多样化、高品质消费需要。

二是打造特色商圈。商圈作为城市吸引力和竞争力的标志载体,既能体现城市历史文化的沉淀,也是城市发展的展示窗口。商圈内容的丰富度和业态布局及氛围打造,成为推进城市及周边辐射区域商业活力的风向标,更可作为激发消费意愿、提升消费层级的试验田。目前,很多大城市都不遗余力地推动传统商圈转型升级,将地方优势资源与时尚、科技等要素深度融合,在吸引外来游客和激发本地居民消费热情方面实现“双赢”。由于不同城市在历史起源和文化脉络上具有差异性,人文风俗习惯不同,依托城市特色资源打造特色商圈,能够对消费者产生独特吸引力,以差异化供给激发消费活力。

三是强化品牌引领。随着经济发展,消费结构不断升级,消费者对产品和服务提出更高要求,更加注重品质,讲究品牌消费。只

有叫得响的品牌,才能对消费者产生强烈吸引力。目前,一批老品牌凭借创立时间久、经营经验多、知名度高的优势,面对消费群体迭代、消费需求变化坚持守正创新,焕发“年轻态”,成为国货“潮品”,出圈走红,备受消费者青睐;还有一批新品牌,迎合了消费者对健康生活、文化体验及科技发展的消费需求升级趋势,获得了市场认同。同时,近年来我国既推动品牌商品出口,也积极加强品牌国际交流,扩大国外优质商品进口。如,北京培育“美食、时尚、绿色”多元化消费品牌,设立老字号聚集区,孵化新消费品牌,并建设集仓储、加工、展销一体化的进口商品展示销售中心,让消费者能够便捷地体验和购买来自不同国家的优质商品,在提升消费满意度和满足感的同时,也提升了消费水平。

我国拥有广阔的消费市场,在满足消费需求的过程中,利用新技术手段深刻体察消费需求,多角度、多层次创新供给,优化消费场景,更好地满足不同群体、不同年龄段消费者的偏好,是激发消费意愿、提升消费层级的关键。进一步挖掘消费潜力,采取针对性措施提升消费意愿和层级并引领供给创新,将形成消费和投资相互促进的良性循环,有效扩大国内需求。

(作者系中国社会科学院习近平新时代中国特色社会主义思想研究中心特约研究员、财经战略研究院市场流通与消费研究室主任)

创新多元化消费场景

王宇航

春节假期,全国重点零售和餐饮企业销售额同比增长4.1%,网上零售额同比增长5.8%。取得亮眼的消费成绩单,与各地抢抓消费旺季纷纷推出“文旅+休闲”“民俗+时尚”等消费场景不无关系。中央经济工作会议对2025年重点任务作出部署,提出“创新多元化消费场景,扩大服务消费,促进文化旅游业发展”。实践证明,面对消费需求、偏好的多元化,单一消费难以打动消费者,多重消费场景才是出路。怎样抓住重点进一步创新多元化消费场景,是当前大力提振消费的“必答题”,值得深入思考。

多元化消费场景,能够满足消费者对多品类产品和服务等的消费需求,对提振消费信心和完善扩大消费长效机制具有重要作用。我国消费市场规模不断增长,基本生活类商品消费比重逐步降低,升级类商品消费需求快速增长,服务消费需求不断释放。随着数字技术应用场景的拓展,城市商圈的升级,消费市场具备了稳步跃升的基础条件。与此同时,人民群众多样化、高品质消费需要仍没有得到充分满足,商品和服务消费在融合文化休闲等功能方面还有潜力可挖。大力提振消费,需在统筹考虑科技应用、重点行

业、重点人群的基础上打好“组合拳”,创新满足多样化需求的多元化消费场景。

拓展数字文化消费新场景。近年来,数字技术不断赋能文化产业,数字文化消费作为新型消费,呈现出巨大发展潜力。继国产3A游戏《黑神话:悟空》引爆市场后,春节档电影《哪吒之魔童闹海》融合传统文化和数字技术,为观众献上一场视觉盛宴,引发观影热潮,并带动餐饮购物、休闲娱乐和周边产品等多元化消费。顺应新的消费潮流,以优秀传统文化为内容、以数字技术为驱动,创造多元化、沉浸式和交互式的消费体验,还可进一步提升质量、拓空间、增优势,提升数字文化消费与其他关联性消费的黏性,打造数字文化牵引的多元化消费场景。鉴于数字文化消费侧重于满足消费者审美层面的精神需求,数字文化内容供给尚需优化,通过进一步深入挖掘中华优秀传统文化的时代价值和精神力量等,做精做细“数字+文化”关联消费,提高数字文化消费与其他消费的内在契合度。另外,随着中国文化和数字产品的国际影响力不断提升,应进一步推进数字技术与多元文化深度融合,以多元化场景适应海外市场需求。

打造文化旅游消费新场景。近年来,旅游休闲市场稳健增长,2024年国内出游人次达56.15亿,国内游客出游总花费达到5.75万亿元。今年,各地深挖春节文化内涵,策划庙会、

舞龙、醒狮、花灯展等年俗活动,举办戏曲、曲艺等传统节目春节专场表演,博物馆更是成为小朋友和家长过大年的热门选择。春节假期,全国国内出游5.01亿人次,同比增长5.9%;国内出游总花费6770.02亿元,同比增长7.0%。坚持以文塑旅、以旅彰文,进一步促进文化旅游业发展,创新多元化消费场景,在科学规划、紧贴需求、提质出新等方面还有很多事可做。未来,随着居民收入和消费支出稳步增长,文旅消费热度还将进一步提升,应抓住时机对文旅产业的发展进行前瞻性部署,加强文旅消费与其他商品服务消费的深度互融,聚焦“食、住、行、游、购、娱”等场景,破解供需矛盾。居民在旅游休闲中对特色饮食、文化体验和艺术展演等的消费需求日益旺盛,创新开发各类文旅产品和服务,需跨界整合、精心设计、凝练特色,避免千城一面、千景一面、千店一面。

培育养老和母婴消费新场景。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》,就拓宽消费供给渠道提出不少解决思路 and 具体举措。如,结合春节、重阳节等传统节日以及“敬老月”等活动,引导电商平台、大型商超举办主题购物节,设计老年版专用界面,支持设立银发消费专区等。党的二十届三中全会通过的《中共中央关于进一步全面深化改革、推进中国式

现代化的决定》提出,完善生育支持政策体系和激励机制,推动建设生育友好型社会。为老年人和母婴消费群体提供高品质的商品和服务,大有可为。一方面,可借老旧小区改造之机,发展社区嵌入式养老服务,在老年人集中居住的老旧小区完善餐饮、医疗、养护、文体和便民服务等各项功能,构建多元化养老消费场景。另一方面,针对母婴消费市场上存在的品质良莠不齐、国产品牌缺乏等问题,应加强监管,推动母婴用品市场规范化、安全化发展,提供品质好、性价比高的产品,建设孕期保健服务、产后康复、婴童用品和早期教育等全链条的多元化消费场景,进一步提升消费规模和优化结构。

(作者系对外经济贸易大学马克思主义学院教授)

中央经济工作会议提出——

- 实施提振消费专项行动，推动中低收入群体增收减负，提升消费能力、意愿和层级。
- 加力扩围实施“两新”政策，创新多元化消费场景，扩大服务消费，促进文化旅游业发展。
- 加强预期管理，协同推进政策实施和预期引导，提升政策引导力、影响力。