

消费扩容提质，如何实现

编者按

“十四五”规划纲要提出，要“深入实施扩大内需战略，增强消费对经济发展的基础性作用”，“全面促进消费”。当前

的消费状况如何？呈现出哪些新特征？全面促进消费高质量发展需把握好哪些重点？如何发挥县域在消费扩容提质中的

作用？围绕这些问题，学习时报高端智库版特约请了有关部门负责人、专家、地方领导展开三方笔谈。

信心从哪儿来

国家发展改革委就业收入分配和消费司司长 哈增友

近年来，在以习近平同志为核心的党中央坚强领导下，各地区各有关部门深入贯彻落实党中央、国务院决策部署，顺应居民消费结构升级趋势，着力完善消费政策、扩大消费供给、改善消费环境，不断释放消费潜力，消费保持平稳较快增长。总的来看，我国促进消费的体制机制和政策体系逐步完善，最终消费率稳步提升，消费结构进一步优化，以消费升级引领供给创新、以供给提升创造消费新增长点的循环动力持续增强，消费对经济发展的基础性作用不断巩固。

充分把握我国消费长期稳定向好稳中提质的趋势和机遇。回顾过去，消费持续扩容提质。我国消费规模稳步扩大、结构持续优化、业态日益丰富，对经济发展的基础性作用不断巩固。我国最终消费率由2010年的49.3%稳步提高到2019年的55.8%，同期最终消费支出和社会消费品零售总额逐步扩大到55.3万亿元和40.8万亿元，分别增长174.1%和168.3%。2013—2019年，居民人均服务性消费支出占居民人均消费支出的比重由39.7%上升到45.9%，交通和通信、教育文化娱乐、医疗保健三类消费支出占比分别由12.3%、10.6%、6.9%上升到13.3%、11.7%、8.8%，居民消费从有形物质商品向更多服务消费转变，发展享受型消费进一步壮大。“十三五”期间，我国实物商品网上零售额占社会消费品零售总额的比重由10.8%上升到24.9%，网络购物、网络支付、网络视频、网上外卖、在

线医疗等消费新业态蓬勃兴起、用户规模快速增长。到2020年，我国已连续8年成为全球最大的网络零售市场。聚焦当前，消费市场稳步恢复。我们统筹推进疫情防控和经济社会发展工作，出台了一系列促进消费的政策措施，效果逐步显现，消费市场逐步回暖。今年1—10月，全国社会消费品零售总额同比增长14.9%，继续保持较快增长，两年平均增长4.0%；网络零售持续较快增长，全国实物商品网上零售额同比增长14.6%，两年平均增长15.3%；金银珠宝、文化办公用品、体育娱乐用品等升级类商品消费持续向好，实体零售稳中有升。今年前三季度，最终消费支出对经济增长的贡献率达64.8%，消费信心正在稳步恢复。后续随着疫情得到有效控制和促消费政策的进一步发力，消费将继续保持恢复性增长。

展望未来，消费发展总体向好。从国际经验看，人均GDP超过1万美元时，一国将进入消费结构快速升级期和消费支出快速增长期。我国人均GDP已超过1万美元，进入新发展阶段，新发展格局加快构建，扩大内需战略稳步实施，共同富裕扎实推进，全面建设社会主义现代化国家新征程稳步开启，以人为核心的城镇化水平进一步提升，中等收入群体不断扩大，新技术、新产业、新业态、新模式快速发展，综合交通运输体系和快递物流配送体系更趋完善和高效，这里面孕育着巨大的消费潜力和升级需求，将有力支撑消费总量扩大

和质量改善。

坚持系统观念，全面促进消费高质量发展。消费工作点多面广链条长，涉及吃住行游购娱文教卫体等各个领域。需加强部门协同，统筹生产、分配、流通、消费各环节，考虑不同领域、不同层次、不同群体消费发展需求，围绕提质量、强能力、拓空间、促改革、补短板、优监管，系统全面促进消费供给体系、需求结构、流通网络和发展环境提质升级，不断巩固消费对经济发展的基础性作用，为构建新发展格局和实现全体人民共同富裕提供强大支撑。

一是提质量，优化消费供给。把扩大消费同改善人民生活品质结合起来，推动打造内容丰富、品质精良、结构合理的高质量消费供给体系，引导企业增加性价比高的商品和服务供给，充分满足居民个性化、多元化、中高端消费需求，推动形成需求牵引供给、供给创造需求的更高水平动态平衡。

二是强能力，增强消费意愿。瞄准促进就业、完善社保、优化收入分配结构、扩大中等收入群体等几个关键，适时制定出台相关政策措施，不断完善促进共同富裕的制度政策体系，增加居民收入与减负并举，创新就业、收入分配和消费全链条良性循环促进机制，以城乡居民收入普遍增长支撑消费持续扩大。

三是拓空间，挖掘消费潜力。聚焦重点领域，进一步提升传统消费，积极发展新型消费，优化扩大服务消

费，提振激活集团消费，大力发展绿色消费，有效拓展县城乡村消费，合理增加公共消费，加快培育更多消费新增长点，更好满足人民日益增长的美好生活需要。

四是促改革，激发消费活力。深化“放管服”改革，推动消费政策、制度和技术、业态、模式等各类创新，更多解决其中存在的“卡脖子”问题。特别是按照党中央、国务院决策部署，有序取消一些行政性限制消费购买的规定，推动汽车等消费品由购买管理向使用管理转变，放宽服务消费领域市场准入，充分激发市场活力，促进供需高效匹配。

五是补短板，夯实消费基础。培育建设国际消费中心城市，打造一批区域消费中心，加强大中型消费城市梯队建设，强化消费领域基础设施和服务保障能力建设，推动形成层级明晰、梯次发展、支撑有力的城乡融合消费网络。加快贯通县乡村电子商务体系和快递物流配送体系，大力提升电商、快递进农村综合水平。

六是优监管，改善消费环境。加强消费信用体系和质量标准体系建设，完善多元化消费维权机制和纠纷解决机制，推动整治垄断、不正当竞争、侵犯知识产权等违法违规行为，营造安全诚信放心消费环境。此外，还需培育健康理性消费文化，鼓励消费，但不过度刺激消费，反对奢侈浪费和不合理消费，推动形成简约适度、绿色低碳、文明健康的生活方式和消费模式。

从国际比较看，大国经济的特征都是以内需为主导，特别是迈向高收入阶段时，居民消费逐渐成为内需的主体。加快构建以居民消费为主体的内需格局，是我国在新发展阶段推动形成新发展格局的战略举措，是更好满足人民美好生活需要的必由之路，也是增强国际经济合作和竞争新优势的关键之举。

适应和把握居民消费的趋势性变化。随着小康社会的全面建成，居民生活水平不断迈上新台阶，消费领域呈现诸多新特征新趋势。

一是消费增长点主要在服务领域。“十三五”时期，我国居民人均服务消费年均增长6.9%，高于商品消费1.3个百分点。若剔除疫情导致居民减少非必要服务消费的影响，过去五年人均服务消费的增速可能更高。与此前每一轮消费升级由家电、汽车、住宅这样的单一增长点主导不同，现阶段的服务消费增长点多面广，文娱、教育、家政等不一而足。

二是品质消费不断向全领域拓展。近年来，居民物质和文化生活从“有”向“好”加快迈进，城乡消费落差明显缩小。其中，膳食方面对优质蛋白的摄入量大幅增加，衣着方面对款式、舒适度的要求提高，耐用品方面从单纯购买功能性产品向重视场景体验转变。加之居民闲暇时间的延长，促进了旅行度假等消费快速增长。

三是数字化技术贯通线上线下消费。随着新技术的广泛应用，居民线上消费的黏性明显增强，疫情的持续更强化了这一趋势。除网络购物外，直播带货、电影网络首播、云旅游等新业态新模式应运而生。直播带货模式及相关数字化服务技术更是被一些外资零售企业在我国成功实践后反向输回母国。同时，一些线下实体店也在积极应用新技术，通过营造时尚舒适的数字化场景，捕捉消费者需求动向和偏好，也逐渐成为新品发布和体验的重要流量入口。

四是“一老一少”成为消费升级和创新的重要力量。虽然我国人口老龄化程度不断加深，但70岁以下的低龄老年人将近1.5亿，占全部老年人的55.8%，这些人大多具有经验、技能等优势，身体较为健康，易于接受新的消费方式，在扩大消费中的作用不可忽视。同时，“90后”、“00后”的年轻人成长在互联网飞速发展的时代，更加自信，敢于尝新，成为引领国货国潮等消费创新的主力。

五是中高端消费进一步集聚化。随着我国城市化进入高质量发展阶段，大型中心城市在集聚都市圈、城市群中高端消费方面具有显著优势。特别是海南自贸港发展离岛免税购物、上海等5个国际消费中心城市吸引国内外知名品牌首发首秀首展，将很大程度上强化这一趋势。

六是健康、绿色的消费观念更深入人心。这样的观念转变反映了居民对生活品质改善的需求和消费升级的趋势。居民越来越追求由内而外的健康，更加重视均衡的膳食、规律的锻炼，注重加强自身防护和提高免疫力。同时，生活垃圾强制分类的逐步推广，也有利于居民培养节约、低碳的生活方式和消费模式。

从供需两侧发力提高居民消费内需比重。将供给侧结构性改革与需求侧管理有机结合，将就业、收入、消费一体考虑，不断扩大和满足居民消费。

一是进一步创新和扩大有效供给。大力发展既满足居民生活质量

扭住居民消费这个重点

国务院发展研究中心市场经济研究所副所长、研究员 刘涛

改善的需求，又有利于人力资本积累的服务消费。取消文化、体育、教育、养老等领域不合理和歧视性准入条件，探索最简告知承诺制审批，支持社会力量增加有效供给。促进机动车、家电和电子产品消费等更新换代，增强消费体验。引导各类企业和互联网平台提高商业模式创新的可持续性。营造线上线下融合的消费生态，促进商品消费与服务消费相互转化和带动。大力发展商旅文体融合的新业态，鼓励企业在产品设计、时尚体验等方面融入国潮元素。大力发展免税零售业态，可研究评估将海南自贸港的部分离岛免税政策复制到其他国际消费中心城市，增设市内免税店，将美妆、服装、电子产品等领域国产知名品牌纳入免税销售范围。

二是进一步完善和提升消费环境。支持开展各类特色消费节庆活动，打造多元化消费场景，推行场景内跨业态消费积分互通互兑。扩大地方专项债使用范围，支持新型消费发展相关的公益性项目建设。建立产品和服务消费后评价体系，健全小额诉讼救济机制，加大消费者个人信息保护力度。规范盲盒市场经营秩序，探索碳减排积分奖励机制。围绕老年人等特定群体的高频消费内容，在推广智能化服务的同时，保留和改进传统服务方式。

三是进一步增强居民消费能力和预期。强化就业优先政策，扩大服务业就业容量，挖掘互联网平台生态体系就业潜力，带动更多劳动者依托平台就业创业。进一步扩大职业技能电子培训券试点，将动态发布的新职业及时纳入职业培训补贴范围。健全工资合理增长机制，完善各类生产要素按贡献参与分配的机制。研究降低个人所得税边际税率，适当增加子女教育、赡养老人、住房贷款利息等专项扣除额度。完善灵活就业人员和新就业形态劳动者参保的社保关系转移接续制度。扩大个人所得税递延型商业养老保险试点，提高税收优惠力度。坚持“房住不炒”定位，改革住房市场体系和保障体系，降低居民债务负担。

怎么挖掘县域消费潜力

湖北省谷城县委书记 黄克立

消费作为目前推动我国经济发展的最强动力和确保经济安全的压舱石，在县域仍然具有巨大空间和潜力。为加快构建以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局，迫切需要发挥县域在推动消费扩容提质中的重要作用。

在推动消费扩容提质中，县域有着十分重要的作用。提振消费信心。信心比黄金重要。应加强正向宣传和舆论引导，保持发展相关扶持和奖励政策的稳定性，进一步优化营商环境，用实际行动增强居民对疫情可防可控的信心，增强疫情后恢复经济高质量发展的信心，增强市场主体投资的信心，增强发展产业、拉动就业、增加居民收入的信心。应尽力降低居民衣食住行等生活成本，让居民敢消费；尽力降低企业非经营性成本，让企业敢投资。

丰富消费方式。依托互联网、大数据等现代信息技术，鼓励消费模式创新，通过支持新产业、新业态和新模式发展，让居民有更多消费选项和消费体验，比如网购店取、网订店送，实行线上线下融合发展。大力发展文旅、生态康养、家政服务、特色餐饮等生活类服务业，壮大研发设计、人力资源服务、检验检测等生产类服务业，逐步提高居民在文化、体

育、娱乐等方面的消费，推动消费升级，逐步提高现代服务业在三次产业中的比重。

增加消费时段。县域特别是山区县，消费时段大多集中在节假日和非工作时间，可探索实行弹性休假、强制轮休等机制，加快推进早市、夜市发展，打造“24小时”不打烊消费。同时，为构建全时段消费场景提供相应的公共服务支撑。比如，在不影响交通情况下，可在夜间经济集聚区划定夜间限时停车位，延长部分公交线路运营时间等，进一步挖掘县域消费潜力。

扩大消费群体。人是消费的核心要素。坚持以人为核心，加快公共服务设施提标扩面、环境卫生设施提级扩能、市政公用设施提档升级、产业培育设施提质增效，如通过打造或新建文化中心、大型商业综合体、体育场馆、教育和卫生设施，完善城市功能，打造宜居宜业宜游的精美城市，扩大消费规模。用好山水资源，加快旅游产业发展，吸引更多人来县域消费。实行更加开放、包容的人才政策，把更多人才引进县域。加快推进以县城为重要载体的新型城镇化建设，通过以城带乡，充分激发农村的消费潜能。

正确认识县域消费扩容提质面临

的难点。我们必须认识到，与城市相比，县域消费仍有一定差距。一是消费群体信心不足。受疫情影响，居民预防性储蓄增加，消费支出下降。同时，生产原材料价格波动幅度大等因素导致企业投资更趋谨慎，进度放缓。二是消费力提升不快。居民的任何消费都需有相应的可支配收入支撑，县域消费群体以工薪阶层为主体，扣除居住、教育、医疗等刚性支出和预防性储蓄后，剩余可支配收入极为有限，难以支撑消费规模的持续扩大。三是消费模式传统平实。受基础设施、消费群体、消费习惯等影响，县域消费模式升级不快，创新动力不足，商业模式传统单一、数量饱和、竞争力不强，一定程度上存在“内卷”现象。四是消费外流严重。县域消费群体一般定位在中低端消费，高端消费外流到了大中型城市，同时专业管理人才不足，消费场景缺乏特色，旅游产业规模不大，受大城市虹吸效应影响，中间消费市场的可持续性差。

实现县域消费扩容提质需多方协力。一是提供相对稳定的政策环境。坚持稳中求进工作总基调，保持促进创业就业、创新奖励、降费减税、招商引资优惠等政策稳定，不搞“急刹车”“急转弯”，加强调查研究，提高

相关政策的针对性、预见性、灵活性，并严格落实兑现。二是严格落实休假制度。进一步修订完善职工带薪休假制度，鼓励弹性作息、错峰休假等相关规定，并鼓励有条件的单位探索“四天半”的工作时间，为居民消费创造充足的时间。三是常态化举办节俭活动。鼓励各地打好文化牌、做好山水文章，经常举办地方特色农事节庆活动，如春季采茶节、夏季采莲节、秋季丰收节、冬季年货节，促进特色产品销售，实现“月月有节日、处处有活力”。四是打造“快旅慢游”目的地。支持县域融入区域旅游规划，充分考虑县域独特的历史、人文以及自然资源，将更多的县域景区纳入水陆空立体交通网络中，为可持续发展休闲旅游产业提供硬支撑。五是稳步增加消费群体。持续优化营商环境，培育更多市场主体，适当增加县域教育、医疗等公共资源的供给，增加城市的吸引力，培育更多融合地域文化与现代生活方式的特色消费场景，进一步挖掘消费潜能。六是完善消费信贷市场。支持金融机构将个人生命周期与产品生命周期结合起来，推出符合客户需求的金融产品和服务，提供信贷额度足、覆盖人群广、申请贷款快的服务。