

我国新发展格局下的消费发展战略

夏德仁

世界正经历百年未有之大变局，中国正处于实现中华民族伟大复兴的关键时刻，建设社会主义现代化强国的关键时刻，支撑经济发展的内在因素发生结构性变化，消费需求扮演的角色越来越重要。我们需要审时度势，推进与中国第二个百年目标相适应的消费发展战略。

一、消费需求拉动将成为中国走向现代化的重要标志

改革开放 40 多年来，我国经济增长以投资和出口为主要拉动力，这是与中国作为一个发展中国家，实施赶超型经济发展模式相关联的。2021 年我国人均 GDP 已达 1.2 万美元，按照国际经验，当一个国家达到中等收入水平之后，消费需求会快速增长，而且经济越发达，消费拉动力越强，凡是发达国家，无一不是靠消费拉动经济增长的。目前，美国、日本、德国等发达国家家庭消费在 GDP 中的比重均超过 50%，再加上政府消费，社会总消费超过 70%。韩国等二战后起飞的发达国家家庭消费达 46%，社会总消费达 65%。而我国目前家庭消费所占比重不到 40%，社会总消费只有 55%。从这些数据看出，今后我国消费需求增长

还有很大空间。

中国有 14 亿人口，这是全球最大的最具潜力的消费市场，也是党中央根据国际风云变幻的严峻形势，经济全球化出现逆流的情况下，提出加快构建以国内循环为主、国内国际双循环相互促进的新发展格局的战略依托。积极推进消费需求健康发展，不仅从短期看可以对冲贸易摩擦所带来的国际市场的需求减少，而且从长期看可以重新调整投资、消费和净出口三驾马车对促进经济增长的关系，培养中国在走向现代化过程中经济高质量发展新的内生动力，进而顺利跨过中等收入陷阱，实现第二个百年奋斗目标。

提高消费水平，增强消费需求拉动力，是我国作为一个社会主义国家的内在要求。从社会主义基本经济规律看，让广大人民群众过上美好的生活，满足他们日益增长的物质文化需要，是社会主义生产的最终目的，也是我国各项经济政策“以人民为中心”的重要体现。在实现中华民族伟大复兴的中国梦，建设社会主义现代化强国过程中，我们必须紧紧围绕这样一个目标，最大限度地满足人民群众对美好生活追求的需要，形成消费需求拉动与生

产投资互动，形成强国与富民有机结合的发展格局。

二、当前制约消费发展的主要问题

总体来看，最近一些年我国消费总量有了长足发展。2021 年，全国社会消费品零售总额达到 44.1 万亿元，增长 12.5%；全国居民人均消费支出 2.4 万元，比上年增长 13.6%，扣除价格因素，同比增长 13.6%，远高于经济增长速度。消费需求拉动相对投资需求和净出口需求来说，比重也有所提高，消费结构也有较大变化，2021 年全国居民人均服务性消费支出 1.06 万元，比上年增长 17.8%，占消费支出的比重提高到 44.2%，说明消费结构有了一定程度的优化。但是，与当前我国贯彻落实新发展理念，推动经济高质量发展的要求相比，还存在一些问题。

（一）消费发展的经济基础还不牢固

家庭消费的增长和消费水平的提高取决于两个因素，一是收入水平；二是消费倾向。目前，我国城市居民的收入尽管有所提高，但相当一部分家庭收入还未达到支撑消费水平持续提高的程度。从收入分配结构看，我国目前尚未形成中等收入群体，

而按一般规律，只有这一群体才能够支撑消费总量的持续稳定增长，带动消费结构不断优化升级。目前我国存在的收入分配差距拉大问题也是制约消费增长的重要因素，因为高收入群体随着收入不断增加，会产生边际消费倾向递减问题；而低收入阶层的消费力又很有限，不足以形成消费需求拉动。

（二）疫情多发频发导致消费预期不稳定

现在看来，新冠肺炎疫情对经济的影响并不是一个短期问题，而是持续影响人们的生产生活，也包括消费行为。主要因素是信心不足，由于就业的不稳定、收入水平的下降，再加上商品流通阻断，消费环境受到限制，使消费水平提高受到很大影响，许多家庭除了基本吃穿用消费外，其他各类消费，特别是高档消费，能拖就拖，能减就减，能免则免。今年上半年，受疫情多点散发影响，全社会消费品零售总额为负增长（-0.7%）。

（三）消费结构优化升级缺乏足够的动力

从国际经验看，消费需求拉动经济增长，不仅要靠常规性的消费增长，而且要靠周期性的消费更新换代，产生新的突变性的消费增长点。比如日本战后每隔一段时间就会产生一次消费革命，已经产生了四次消费革命。这种消费变革的动力，一方面来自于需求侧的消费者的消费观念和消费习

惯的进步；另一方面来自于供给侧的企业创新，以及由此而产生的新产品、新技术和新模式对消费者的引导。可以说有什么水平的消费革命，就会有什么水平的技术创新，也就有什么水平的现代化。在这方面，我国目前促进消费结构优化升级的前景还不很明朗，动力也不很强劲。

（四）消费发展的外部环境还不完善

消费拉动经济完全是一种市场行为，需要一种健全的市场环境，包括全国统一开放的消费大市场，畅通的商品和服务流通渠道，公平公正的价格形成机制，确保商品劳务质量和安全，维护消费者合法权益的市场监管体系。目前看来，这些改革还有一定差距。另外，涉及消费结构调整优化，一些新产品新技术的推广运用，需要政府提供基础设施配套和公共服务供给。比如新能源汽车的充电站、加氢站建设，自动驾驶汽车运行需要的交通法规建设等，这些外部环境建设也是当前的短板。

三、新发展格局下消费发展战略的基本取向

鉴于消费拉动在新形势下的特别重要性，我认为应该把消费发展作为一个整体战略来研究和部署，主要应当有如下重点内容：

一是明确在实现第二个百

年目标、建设社会主义现代化国家过程中，消费与投资、内需与外需的比例关系，以及消费需求拉动经济主要目标和消费结构优化升级的战略重点。

二是全面实施改善民生、鼓励消费政策，包括实施就业优先的政策，进一步提高就业质量和收入水平，优化营商环境，鼓励创新创业，加快中等收入群体的形成，缩小收入分配差距，进一步完善社会保障体系，加强社会福利制度建设等。

三是采取有效措施稳定消费预期，包括进一步统筹好疫情防控和经济社会发展，尽量避免经济运行的卡顿现象，减轻对企业经营和居民生活的影响，完善社会救助体系，对疫情中歇业的中小微企业和个体工商户及其失业人员给予有效救助，以恢复消费者信心。

四是增强企业创新能力，引导消费观念不断进步，加快消费结构优化升级，培养新的消费增长点。

五是不断深化市场体系改革，进一步优化消费发展的外部环境。■

本文系作者在“中国消费大趋势——第二届中国消费论坛”上的主题演讲。

（作者系全国政协经济委员会副主任）

责任编辑：张莉莉