

# 全方位扩大国内需求的深刻内涵和实施重点

郭春丽

内需是中国经济发展的基本动力，扩大内需是保持经济平稳较快发展的基本立足点，也是习近平经济思想的重要内容。《习近平经济文选》第一卷中不少文章都对扩大内需作出深刻论述。比如，《中国开放的大门只会越开越大》指出：“内需是中国经济发展的基本动力，也是满足人民日益增长的美好生活需要的必然要求”；《确保我国经济航船乘风破浪、行稳致远》指出：“扩大内需既关系经济稳定，也关系经济安全，不是权宜之计，而是战略之举”；等等。当前，外部环境变化带来的不利影响加深，外需不确定性逐渐上升。扩大国内需求能够抵御外部冲击，持续推动我国经济回升向好、实现经济高质量发展，既是稳增长的当务之急，也是适应国内外形势变化的战略抉择，更是推进中国式现代化的长远之策。2024年中央经济工作会议提出“全方位扩大国内需求”，中共中央办公厅、国务院办公厅不久前印发《提振消费专项行动方案》。我们要以习近平经济思想为指引，加快把党中央对于扩大内需的决策部署落到实处，不断筑牢我国经济航船乘风破浪、行稳致远的内需基础。

## 全方位扩大国内需求具有十分广阔的空间

习近平总书记在《深化对中长期经济社会发展重大问题的认识》中指出：“未来一个时期，国内市场主导国民经济循环特征会更加明显，经济增长的内需潜力会不断释放。”正确认识消费和投资的关系，充分发挥我国超大规模市场优势和强大生产能力，推动消费和投资良性循环，是全方位扩大国内需求的重要前提。从国民经济循环角度看，消费是最终目的，投资是实现这个最终目的手段和工具。一方面，消费需求规模增加、结构变化，要求增大供给、改善供给，需要扩大投资。在这一过程中增加就业、提高收入，可以进一步增强消费能力并带动消费需求扩大。另一方面，投资需要适应消费，缺少消费需求支撑的投资是无效的，最终将通过市场出清而不复存在。同时，投资也能创造消费，创新性投资有利于催生新的消费产品和服务，激发新的消费需求。全方位扩大国内需求，需要激发有潜能的消费、扩大有效益的投资。

激发有潜能的消费，空间广阔。消费是国内大循环的起点和终点，在经济增长中具有基础性作用。当前，相对于我国国内生产总值（GDP）超过130万亿元的超大经济体量和14亿多人口构成的超大规模国内市场，我国消费总量仍然相对不足，需要立足经济发展规律和发展趋势，准确把握和激发有潜能的消费。

日前，中央纪委国家监委对10起违反中央八项规定精神典型问题进行公开通报。有的急功近利、好大喜功，不加论证盲目引进打着生态发展等旗号的“特色小镇”项目，因脱离当地发展实际，项目大面积烂尾；有的搞形式主义、官僚主义，在政务服务、信息化建设等方面不作为、乱作为，造成资金浪费，加重基层负担……从这些案例来看，形式主义花样虽多，但实质都是“假大空”，脱离客观实际，用轰轰烈烈的形式代替扎实的落实。

习近平总书记指出：“我们要始终坚持理论联系实际，坚持解放思想、实事求是、与时俱进、求真务实，坚决反对形式主义、官僚主义，凝心聚力促发展，扎实推进中国式现代化建设。”只有坚决纠治形式主义问题，才能以好作风好形象创造新伟业。

从哲学上讲，形式是内容的存在和表现方式，任何事物、任何工作等都要通过一定形式来体现其内容。但如果只注重形式，把形式当作目的或坚持形式优先的取向和行为方式，而缺少质和实，这就割裂了形式与内容的辩证统一关系，变成了形式主义。形式主义偏离客观规律，脱离事物本质，将事物按照个人的进行功利化“打扮”，其结果一定会“谬以千里”。形式主义害死人，这话一点不假，其根本原因在于净搞些虚头巴脑的事却不干正事，只有唱功没有做功。再多的形式主义，在实事求是、真抓实干面前都不堪一击，可以说，一百个花样抵不上一个真结果。

习近平总书记强调：“反对形式主义，要着重解决工作不实的问题，教育引导党员、干部改进学风文风会风，改进工作作风，在大是大非面前敢于担当、敢于坚持原则，真正把心思用在干事业上，把功夫下到察实情、出实招、办实事、求实效上。”我国古人说，“虚与实之分，祸与福之纽也”。凡事成于真、兴于实，而败于虚、毁于假。在改革发展和为人民服务实践中，形式主义是大敌，这不仅仅是工作态度、

在消费升级中把握消费潜能。2024年，我国人均GDP超过1.3万美元，居民消费加速从衣食住行向文教康乐升级。我国居民恩格尔系数2024年已经降到29.8%，但与发达国家大多小于19%的水平相比还有较大下降空间，释放出来的消费能力将由文教康乐等服务消费填补。当前，我国服务消费增长势头很好，2024年全国居民人均服务性消费支出占居民消费支出的比重为46.1%，接近消费的“半壁江山”，是消费恢复增长的重要支撑。服务消费占比随着收入增长而提高是普遍规律，发达国家的这一比例一般在60%左右，这表明未来我国扩大服务消费的空间还很大。与此同时，我国商品消费的升级趋势也非常明显。比如，这两年限额以上单位体育娱乐用品类零售额增长速度快于社会消费品零售总额增长速度。未来一个时期，我国汽车消费仍有扩大空间，将转入置换升级与普及并重阶段。家电消费也进入更新替换期，在居民消费结构升级和消费品以旧换新政策拉动下，2024年限额以上单位家用电器和音像器材类商品零售额比上年增长12.3%，未来一个时期家电消费朝着低碳、绿色、智能方向升级是大趋势。

从社会结构变化中寻找消费潜能。2023年，我国最终消费率为56.8%，与一些发达经济体在相似发展阶段约65%的水平仍有差距，未来发展还有潜能。我国拥有世界上规模最大的中等收入群体，随着经济社会发展，预计到2035年中等收入群体规模将达到7亿人。中等收入群体构成了我国中高端商品和服务的消费主体，质量更优、性能更佳、内容更丰富的消费需求将更快增长。

从城乡区域消费梯次升级中释放消费潜能。近年来，我国农村消费品零售总额增速快于城市1—3个百分点，虽然新冠疫情冲击后的部分月份有所改变，但总的趋势没变，2024年农村消费品零售总额增速比城镇快0.9个百分点。同时，中西部地区和西部地区的社会消费品零售总额增速大多快于东部地区且一些年份增速差距拉大，二、三线城市消费增速逐渐快于北上广深等一线城市。随着城乡区域协调发展水平进一步提升，消费梯次升级蕴藏着新空间新潜能。

从新技术新业态新模式新场景中挖掘消费潜能。供给能够创造自身的需求。近年来，科技产品、数字技术不断催生新的消费热点，VR/AR（虚拟现实/增强现实）装备、智能电视、智能手表、智能冰箱、智能空调、家用机器人等商品激发新的消费需求。根据有关测算，我国智能家居市场规模已从2016年的2608.5亿元增长到2024年的超7800亿元，年均保持两位数增长。网络销

售、即时零售等消费新业态不断发力，消费体验新场景新模式不断涌现，电子商务、直播经济、在线文娱蓬勃发展，智能化沉浸式服务体验有感可及。这些都将激发新的消费需求。

从消费理念变化中挖掘消费潜能。近年来，我国居民消费理念正在悄然变化。绿色产品广受欢迎，2024年我国新能源汽车销量比上年增长35.5%，占全部汽车销售量比重达40.9%，较2023年提高9.3个百分点；国货“潮品”热点不断，汉服、各个领域的老字号备受青睐，据京东《2024国货消费观察》，近一年在京东上搜索热度TOP100品牌中“国品”占比持续超过70%，90后、00后年轻消费者国货消费金额占比超过60%；健康消费正成为一种新趋势，预防式健康产品、卫生防护用品、家用运动健身器材等各类健康消费市场火爆。中国消费者协会发布的《健康产业消费趋势发展报告》显示，2024年我国大健康产业总收入规模达到9万亿元。随着居民消费理念的变化，绿色产品、国潮国货、健康消费等增长空间巨大。

扩大有效益的投资，空间广阔。投资从短期看是需求，从长期看是资本积累。当前，我国劳均资本存量仅为世界平均水平的约2/3，制约了劳动生产率进一步提升。发达国家高水平的劳均资本是多年不断投资积累形成的，我国要达到发达国家的水平，仍然需要不断扩大有效投资、不断积累资本。当前我国经济正处于转变发展方式、优化经济结构、转换增长动力的攻关期，夯实经济社会发展基础支撑，推动产业结构转型升级、城乡区域协调发展和绿色低碳发展等，都蕴含着广阔投资空间。

基础设施和民生领域补短板蕴含投资潜力。在基础设施领域，许多建成于上世纪八九十年代的交通、市政等基础设施正进入老化期，其中路龄超过15年设计年限的二级及以上高等级公路占比超过50%，与高质量发展要求还有差距；在民生领域，2020年我国每千人口病床数只有高收入国家的约40%，每千名65岁以上老年人拥有的养老床位数只有德国的约60%、美国的约80%，距离人民美好生活需要尚存差距。传统基础设施和民生领域补短板，都蕴含投资潜力。

产业转型升级蕴含投资空间。产业是生产力发展的重要载体。2024年，我国高技术制造业增加值占规上工业增加值比重已经提高到16.3%，但与他制造业大国相比仍有5个百分点左右的差距，高技术产业投资空间大。发达国家在完成工业化前后，技改投资占工业投资比重达到50%—60%，而我国刚过40%，传统产业转型升级对设备更新、工艺换新、数智化转型等技改投资需求

习近平总书记在《把握新发展阶段，贯彻新发展理念，构建新发展格局》中指出，扩大内需“是要根据我国经济发展实际情况，建立起扩

大内需的有效制度，释放内需潜力，加快培育完整内需体系，加强需求侧管理，扩大居民消费，提升消费层次，使建设超大规

模的国内市场成为一个可持续的历史过程”。坚定实施扩大内需战略，全方位扩大国内需求，建设超大规模的国内市场，需要创新政策手段方式，把握政策力度和节奏，积极寻求投资与消费的结合点，加快激发有潜能的消费、扩大有效益的投资，全方位畅通内需链条，加快培育完整内需体系。

长短结合激发有潜能的消费。贯彻落实《提振消费专项行动方案》，短期强化政策牵引带动作用，长期通过稳就业稳收入稳预期，使居民有稳定收入能消费、没有后顾之忧敢消费、消费环境优获得感强愿消费，全面激发城乡居民消费潜能。一是加大促消费政策力度。针对目前我国消费市场运行存在的堵点卡点，加力扩围实施消费品以旧换新政策，鼓励有条件的地方“能换则换”“应换尽换”，提振新能源汽车、电子产品、家电等大宗消费；新增中央财政支出要更多向托育托幼、教育、文体、医疗、养老等民生领域倾斜，健全民生服务财政保障机制，在改善居民消费预期的同时激发更多提升居民生活品质的消费；围绕优化消费环境采取一些标志性举措，加快优化消费基础设施，以点带面在全社会形成放心消费环境。二是创新多元化消费场景。针对中高端商品和服务供给不足这一影响消费持续扩大的主要问题，要适应居民消费结构变化，创新多元化消费场景和环境，增强供需适配性。放开准入、创新机制，支持各类经营主体为城乡居民提供品种多样、品质优良、品位高雅的服务；适应消费升级趋势，积极培育壮大智能家居、文娱旅游、体育赛事、国货“潮品”等新型消费，积极发展首发经济、冰雪经济、银发经济，打造消费增长“第二曲线”；充分发挥新技术新业态新模式新场景对新型消费的引领作用；深入推动城乡区域协调发展，充分释放三四线城市和县域、乡村等的消费潜力。三是稳就业促增收。就业不稳和增收压力大是影响居民消费能力和消费预期的重要因素。为此，要不断提高经济发展的就业带动能力，健全高质量充分就业促进机制，促进重点群体就业，完善劳动者工资正常增长机制，促进工资性收入合理增长；提升社会保障水平，适当提高退休人员基本养老金，提高城乡居民基础养老金，提高城乡居民医保财政补助标准，改善居民消费预期；规范财富积累机制，稳步扩大中等收入群体规模，培育支撑消费的中坚力量。同时，

政策协同发力是全方位扩大国内需求的重要保障。必须加强政策系统集成、协同配合，为全方位扩大国内需求营造宽松政策环境。实施更加积极的财政政策，统筹安排各类财政资金，将支出向民生领域倾斜，持续支持“两重”项目和“两新”政策实施，带动相关领域投资并促进消费增长，确保财政策持续用力、更加给力；实施适度宽松的货币政策，保持流动性充裕，降低企业融资成本，更好激发企业投资活力，稳定市场预期，为消费和投资营造良好金融环境；加强财政、货币、就业、产业、区域、贸易、环保、监管等政策和改革开放举措的协调配合，完善部门间有效沟通、协商反馈机制，把经济政策和非经济性政策统一纳入宏观政策取向一致性评估，为全方位扩大国内需求提供更强政策合力。

（作者为中国宏观经济研究院副院长）

## 深入学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想

### 消费需求折射美好生活追求

## 更好满足青年群体消费需求

彭冲

消费需求是最终需求，是畅通国内大循环的关键环节和重要引擎。习近平总书记指出：“扩大内需既关系经济稳定，也关系经济安全，不是权宜之计，而是战略之举。要加快补上内需特别是消费短板，使内需成为拉动经济增长的主动动力和稳定锚。”4月25日召开的中共中央政治局会议指出：“增强消费对经济增长的拉动力作用。”在日新月异的互联网时代，随着消费新场景、新业态、新模式不断出现，青年群体的消费能力、消费理念、消费模式等对消费市场的影响持续加大。根据第七次全国人口普查数据，我国14—35周岁青年人口约4亿。持续释放青年群体消费潜力，更好满足青年群体消费需求，能够有效带动消费市场创新升级，助力内需潜力释放。

重视青年群体消费新需求。随着经济社会发展和人民生活水平提高，青年群体对生活品质、环境氛围等更加敏感，对新鲜事物接受度普遍较高。他们的消费需求折射出其对美好生活的追求，为消费市场带来了新机遇。从国民经济循环看，消费是提质扩容的终点，也是产业转型升级的起点。把握好消费升级与产业升级的逻辑关系，形成需求牵引供给、供给创造需求的良性循环，是推动高质量发展的重点。把握青年群体对个性化、品质化、体验化消费需求，不仅有利于培育服务消费、智能消费、绿色消费等新的消费增长点，将越来越多的“青年新需求”转化为消费市场“发展

新机遇”，而且能够引导带动供给，通过科技创新培育一批带动面广的消费新场景，带动上下游产业协同发展，推动企业不断创新产品和服务。因此，要高度重视青年群体消费需求，持续释放青年群体消费潜力，充分发挥消费对经济循环的牵引带动作用。

把握青年群体消费新特征。青年群体消费具有鲜明的时代特征。从以前更侧重商品本身的实用性，到愈发注重消费带来的价值，当代青年的消费需求逐渐从物质层面拓展到精神、文化层面。例如，青年群体在购物时，往往既关注产品的实用性，也注重品牌、设计和文化内涵；一些青年消费者还积极参与各类文化、艺术、体育等活动，通过消费表达自我，满足社交需求；等等。这种从物质追求向精神追求转变的消费趋势，既反映出青年消费观念的升级，也促使青年消费者在满足多样化、多层次需求的同时，实现自身的长足发展。近年来，在新技术新需求的带动下，“情绪消费”、个性化和体验式消费、即时零售、“国潮”产品等消费新业态新场景不断涌现，既有效激发了青年群体的消费意愿，也推动商家不断创造新的消费热点。为此，要准确把握新时代青年群体消费的特征，持续创新和丰富消费场景，加快数字、绿色、智能等新型消费发展，释放多样化、差异化消费潜力，推动消费提质升级，着力推动青年群体消费需求和新型消费供给的“双向奔赴”。

（作者为南京审计大学联合研究院教授）

## 专题深思