

■ 新视窗

以新需求引领新供给,以新供给创造新需求

习近平总书记指出:“要完整准确全面贯彻新发展理念,做强国内大循环、畅通国内国际双循环,妥善防范化解风险,不断提高发展质量和韧性。”

党的二十届四中全会提出:“坚持扩大内需这个战略基点,坚持惠民生和促消费、投资于物和投资于人紧密结合,以新需求引领新供给,以新供给创造新需求,促进消费和投资、供给和需求良性互动,增强国内大循环内生动力和可

靠性。”

当前,内需成为拉动我国经济增长的主动力和稳定锚。“十五五”时期是基本实现社会主义现代化夯实基础、全面发力的关键时期。要建设强大国内市场,大力提振消费,扩大有效投资,全方位扩大国内需求,更好发挥超大规模市场优势,推动高质量发展取得新的更大成效。

——编者

协同推进促消费与惠民生

本报记者 王珂

【场景】

在河南洛阳的洛邑古城,随着夜幕降临,灯光渐亮,一场“仙女散花”的表演即将亮相,游客们纷纷拿起手机拍照。

随着编钟声悠扬响起,身着霓裳的演员踏着节奏,脚踩夜色缓缓升空,衣袂翩跹、动作优美。演员在空中轻盈地旋转、腾跃,每一个动作都精准把控着力度与美感。拂袖间,花瓣如雪花般纷纷扬扬飘落。古建飞檐与漫天花雨相映成趣。

依托丰富的历史文化资源,近年来,洛阳不断推出消费新业态,打造消费新场景,促进文化与经济的深度融合。今年国庆中秋假期,洛阳累计接待游客879.45万人次,旅游总收入达75.63亿元。

【解读】

“十四五”时期,我国消费主引擎和稳定器作用增强,强大国内市场优势凸显。消费市场规模稳居全球第二,服务消费保持较快增长,居民服务性消费支出占比提升3.5个百分点,达到46.1%。新型消费蓬勃发展,新业态新场景丰富多样。消费对经济增长的年均贡献率达到60%左右,主引擎作用持续凸显。外出旅游、打卡美食、感悟文化……在一个个消费场景中,人民美好生活更加具象、鲜活。

“大力提振消费是全方位扩大国内需求,增强经济发展内生动力的有力举措,也是增进民生福祉、满足人民美好生活需要的重要手段。”中国社会科学院财经战略研究院执行研究员赵京桥说。

“十五五”时期我国发展环境面临深刻复杂变化,我国发展



推动供需实现高水平动态平衡

本报记者 王东辉

【场景】

今年上半年,一款新型海尔洗衣机在线上线下销售走红。这款及时响应消费者需求、设计研发生产的三筒洗衣机,成为新需求引领新供给、新供给创造新需求的生动实践。

去年7月,有网友给海尔公司留言:“能不能研发一种三筒洗衣机,这样既可以实现多种衣物同时洗涤,又不用混在一起。”

“当时,我们的研发团队第一时间关注和响应了消费者的这一新需求。”海尔洗衣机高级研发工程师衣少磊说,在与消费者共同确定了设计方案后,团队抓紧攻关,研发生产的三筒洗衣机成功上市,成为一款“网红”产品。“首发7天,预约人数就达到8.8万人,如今已交付近20万台。”衣少磊说。

【解读】

“十四五”时期,我国新型消费亮点纷呈。传统业态不断出新,有的地方将博物馆、海洋馆“搬”进商场,购物、逛展、亲子娱乐等需求“一站搞定”;商场跨界融合,文旅文融合“一站式”服务,不断推出新体验;老字号创新发展,马面裙等中式服装火出圈,文创产品等国货“潮品”畅销海内外;新型消费业态融合创新,数字消费、品质电商、首发经济、“人工智能+消费”、“IP+消费”等成为新增长点。“谷子经济”、潮流盲盒等引领消费市场新潮流新风尚。

供给和需求是经济发展的一体两面,是相互依存、互为条件的辩证统一关系。商务部研究院流通与消费研究所副研究员姜照认为,消费一头连着经济,一头连着人民的美好生活。人民对美好生活的热切期待和不懈追求呼唤更高层次、更优品质的消费,进而需要更高质量的供给。而高质量的新供给,又能开辟新的消费场景和品类,培育新的消费增长点。

姜照认为,“十四五”时期,我国消费

市场经历了深刻转型升级。一方面,居民消费需求从“有没有”转向“好不好”;另一方面,消费优质供给不断丰富,新业态、新模式、新产品不断涌现。供需双向奔赴,实现互促发展。

以消费者需求为导向,从需求中捕捉产品迭代升级的方向。面对“小分量、易操作、不占地方”的厨房电器需求,不少品牌推出单人电饭煲、迷你豆浆机等“小而美”的创意小家电;针对上班族的精神文化需求,手工坊、咖啡书店等新业态、新服务应运而生……“以新需求引领新供给,需要企业根据消费者多样化、个性化的需求,创新产品和服务。”姜照表示。

“未来5年,我国消费市场会在创新升级方面持续发展。”姜照分析,从需求端看,居民消费需求将实现从物质到体验、拥有到共享、功能到情感的转型,消费需求升级会催生供给创新;从供给端看,新一轮科技革命和产业变革产生的现代技术将加速在消费领域落地应用,消费新业态新模式新产品会加快涌现,供给创新会扩大居民消费需求。

“十四五”时期,我国人均GDP从2020年的10632美元提升至2024年的13445美元,消费结构从以商品消费为主转向以服务消费为主。数据显示,我国服务消费进入了快速增长阶段,2020—2024年,居民服务性消费支出年均增长9.6%。“未来5年,要顺应消费结构转型升级趋势,丰富优质服务领域供给。”姜照说。

不论是商品消费,还是服务消费,都需要在准确把握新供给和新需求的辩证关系中实现增长。“十五五”时期,着力促进供需两侧结构全面优化升级是经济工作的重要内容。姜照认为,“未来5年,通过政策持续发力、经营主体创新技术、产品和服务,我国消费市场将呈现良好发展态势,更上一层楼。随着消费品质的不断提高,人民日益增长的美好生活需要也将得到进一步满足。”

更好发挥超大规模市场优势

本报记者 欧阳洁

【场景】

金风送爽,秋叶斑斓。吉林长春新民大街人头攒动,市民游客悠然漫步在历史建筑间,感受这个历史文化街区更新后的第一个秋天。

道路东侧,新开的咖啡店排起长队,“头一次来东北,秋景缤纷多彩,城市韵味十足。”广东游客王婷婷手捧温热咖啡,踏着多彩落叶,与同行好友拍照打卡。

今年7月,新民大街历史文化街区焕然亮相。开街以来,长春重点推进文商旅融合发展,打造新民市集等多元消费场景,焕发历史老街的文化和消费活力。“如今,新民大街已初步形成逛得进、留得住、带得走的消费新生态,显著激发城市消费潜能。”长春市文化广播电视台和旅游局产业发展处处长李镇介绍,截至目前,新民市集累计吸引客流超276万人次。

【解读】

“十四五”时期,我国超大规模市场体量更大。全球第二大消费市场的地位更加稳固,社会消费品零售总额从2020年的39.1万亿元提升到2024年的48.3万亿元,年均增长5.5%。今年全年,社会消费品零售总额将超过50万亿元。网上零售连续12年全球第一,汽车销量也是全球第一,空调、洗衣机等家电细分领域销量也都是全球第一。

建设强大国内市场,需要坚持扩大内需这个战略基点。清华大学中国发展规划研究院常务副院长董煜说,我国扩大内需既有空间,又有潜力。深入实施提振消费专项行动,扩大服务消费,推动商品消费扩容升级;保持投资合理增长,高质量推进“两重”项目建设,实施一批重大标志性工程,完善民营企业参与重大项目建设长效机制等举措,这将全方位扩大国内需求,推动我国经济持续向好。

全方位扩大国内需求,提振消费是重中之重,同时更强调与投资平衡互动。

董煜认为,要着力促进供需两侧结构全面优化升级,坚持惠民生和促消费、投资于物和投资于人紧密结合,促进形成更多由内需主导、消费拉动、内生增长的经济发展模式。

“当前经济运行的主要矛盾在需求侧,解决有效需求不足问题需要持续扩大内需,在宏观政策的目标和手段上,促消费和稳投资都是非常重要的着力点。”董煜说,消费和投资之间存在相互促进的关系,消费增长点可以拉动新的投资,投资也能通过传导机制创造新的就业和消费,必须在两端同时发力。

在保障民生中扩大内需,宏观调控更注重政策效应惠及百姓民生,为经济长期发展储备动能。

董煜建议,需要进一步加大政策引导力度,特别是在创造多元化消费场景上下功夫,提供更多优质消费供给,满足不同收入群体多样化的消费需求。同时还要大力发展服务消费。

服务消费不仅成为消费增长的重要动力,也发挥着改善居民生活品质的重要作用。国家发展改革委社会发展研究所副所长王元介绍,近年来,我国居民服务消费快速增长。其中文化娱乐、教育、健康等发展型消费增长更加明显。

“我国人口规模大、城乡消费升级呈梯度推进,未来服务消费发展仍有巨大潜力和空间。”王元介绍,当前,服务消费仍处于快速发展阶段,要更加注重面向全人群,改进提升供给能力和质量,促进消费潜力的充分释放。文旅消

费领域,应鼓励各地各类景区挖掘本地历史、人文、自然资源,将服务供给做出特色,避免同质化。银发经济是一片广阔蓝海,在银发消费领域,应发展面向活力老人、失能老人等不同群体、更加细分的产品和服务供给,同时落实好长期护理保险、养老服务消费补贴等制度和政策,通过减轻家庭的实际经济负担促进养老服务惠及更多老年人,让银发一族乐享幸福晚年生活。

■ 市场资讯

北京“十四五”时期外贸总量迈上新台阶

本报电 从北京海关获悉,今年前三季度,北京进出口2.41万亿元。“十四五”时期北京外贸总量迈上新台阶,每年进出口规模均保持在3万亿元以上。2024年进出口值3.61万亿元,较2020年增长55.6%,“十四五”时期年均增速11.5%,高于同期全国外贸年均增速3.5个百分点。开放平

台构建立体格局,先进制造业释放新动能,区域协同形成聚合效应,京津冀年度进出口总值突破5万亿元大关,2024年京津冀区域进出口5.03万亿元,占全国进出口总值的比重提升0.6个百分点至11.5%,其中北京对同期京津冀进出口整体增长的贡献率为83.9%。(欧阳洁)

江西宜黄县供销社积极构建冷链物流体系

本报电 江西省宜黄县供销合作社联合社围绕民生需求,在农产品冷链物流体系建设方面持续发力,相关重点项目建设稳步推进,带动农村流通网络不断完善。宜黄县供销社正稳步推进三级农产品冷链物流基础设施项目建设,该项目总建筑面积达8400平方米,其主要建设冷链仓库面积约为800平方米,重点建设冷链仓库、常温仓库、农产品加工交易中心、物流园区及相

第113届全国糖酒会推出展城融合模式

本报记者 王珂

合模式,以“7场主题活动+70余家餐饮品牌+700余个消费场景”的立体化矩阵,将展会流量热度转化为区域经济发展增量。在距离南京国际博览中心不到2公里的华采天地,作为“秋糖季”7场主题活动之一的“碳水脑袋3.0南京糯米叽面包节”上,前来参与的消费者熙熙攘攘。这里既有知名的烘焙精品店,也有小众的宝藏店铺,不少摊位前排起长队。

“逛完糖酒会,再看‘苏超’,这几天的行程太精彩了!”江苏扬州游客李莹说。糖酒会期间,南京“跟着演出(赛事)游南京 乐享‘1+3’优惠活动”持续扩容,参与主体418家,为消费者提供更优质的体验。

新消费带动乡村振兴,助力文化传承。糖酒会上,“桃花盛开的地方

——百县千品万家福”专区内,中粮集团对口帮扶县、吉林粮油展团带来的千余种农副产品备受青睐;山东省安丘市的全程可溯源果蔬、非遗技艺粉丝与南京“食礼秦淮”展区融入《金陵图》元素的特色食品相映成趣;南京市高淳、六合两区超百家企更通过专场推介会将“南京产”推向全国市场。

“糖酒会不再只是一场展会,而是成为促进消费的一个重点节点。”全国糖酒商品交易会组委会秘书长、中粮会展(北京)有限公司董事长施东燕说,“央地合作”“展城融合”打破展馆的物理边界,让糖酒会融入城市消费场景,成为企业展示的新平台,激发了产业消费双活力,不仅为城市扩大消费注入动力,也为人们美好生活增添更多精彩。

■ 市场万花筒

第113届全国糖酒会近日举办。这届糖酒会紧扣“创新、健康、特色、科技”四大赛道,数万件创新产品,健康食品与特色农产品首发亮相,与来自全球40多个国家和地区的4000多家企业带来的30余万种展品,共同为观众带来一场视觉与味蕾的盛宴。

走进本届糖酒会举办地南京国际博览中心,20万平方米的十大主题展区与13个特色专区,构建起全产业链展示体系。中粮集团“全家福”展区间,从田间到餐桌的健康理念与科技赋能得到集中呈现:智慧体验空间的机器人售卖、云平台AI观众智能体、“AI健康小屋”等创新场景,不仅展现了未来零售发展趋势,也为观众带来更有新意的看展体验。中粮屯河番茄公司首发的新品“屯河小金罐”番茄吸引了不少观众的目光。

本届糖酒会推出“秋糖季”展城融