

# 精准施策 加快新型消费发展

消费对经济发展具有基础性作用,已连续多年成为我国经济增长的第一大动力。牢牢把握消费升级的大趋势,把超大规模市场优势和消费潜力充分激发出来,是构建新发展格局的必然要求。近年来,以网络购物、移动支付、线上线下融合等新业态新模式为特征的新型消费快速发展,在促进消费升级、带动产业发展、畅通经济循环方面发挥了重要作用。特别是疫情防控期间,传统接触式线下消费受到影响,新型消费作用进一步凸显。近期,国务院办公厅印发的《关于以新业态新模式引领新型消费加快发展的意见》,明确提出要加快推动新型消费扩容提质,到2025年“互联网+服务”等消费新业态新模式得到普及并趋于成熟。这有利于我们补齐新型消费短板、加快新型消费发展。

## 今年以来新型消费逆势增长

在疫情防控中,传统接触式线下消费受到影响,消费数字化转型全面提速,新型消费成为消费领域的一道亮丽风景线,体现消费方式和行为的积极变化。新型消费规模加速扩容,主体加速培育。1—9月份,全国网上零售额超过8万亿元,其中实物商品网上零售额同比增长15.3%。网购带动快递业务量快速增长。1—9月份,全国快递业务量完成561.4亿件,同比增长27.9%,日均2亿多件已成常态,预计全年快递业务量将突

破750亿件。疫情防控期间,远程办公、在线教育、互联网诊疗等新型消费的接受认可度持续攀升。远程办公刷新上班模式,在线教育实现“停课不停学”,互联网诊疗将便捷、质优、价低、可持续的医疗服务下沉至镇乡村。

5G、人工智能、大数据、云计算、虚拟现实等新型消费相关技术加速应用。比如,中超联赛推出了5G“云包厢”“云呐喊”等创新体验。又如,第127届广交会采用5G技术与直播结合,实现了对180万件产品的4K高清展示与三维展示。

新型消费业态模式加速涌现,从吃、穿、用等实物消费领域加快向医疗、教育、文娱、旅游、体育、健身等更多服务领域扩张渗透。生鲜电商、门店到家、无接触配送等新业态迅猛发展,“云逛街”“云购物”“云展览”“云旅游”等新模式不断涌现,大大拓展了消费场景,重新定义消费习惯和内容。

## 推动新型消费发展意义重大、政策有力

顺势推动新型消费发展,对于统筹疫情防控和经济社会发展、做好“六稳”工作、落实“六保”任务、畅通国民经济循环、推动科技革命和产业变革都具有重大意义。针对新型消费领域的短板弱项,《意见》坚持问题导向和目标导向,从融合发展、基础设施、发展环境、政策支持等四个方面有针对性地提出了15项精准有力的政策举措。

这是进一步统筹疫情防控和经济社会发展的重要手段。当前,我们要在毫不放松抓好常态化疫情防控工作的同时,积极推动经济社会发展,全面恢复生产生活秩序,加强就业民生保障。考虑到聚集性、接触性消费活动仍会受到一定限制,新型消费已经成为扩大内需、拉动经济增长的重要手段。《意见》的出台,将有利于进一步培育壮大消费新业态新模式,促进线上线下消费融合发展,有助于新型消费更充分地发挥对传统消费的带动作用,更好释放内需,增强经济恢复性增长动力。

这是进一步做好“六稳”工作、落实“六保”任务的重要举措。新型消费对推动居民就业、支持市场主体、引导投资方向具有积极作用。首先,新型消费催生了骑手、直播销售员等新就业形态,助力稳定就业形势。其次,新型消费为中小微企业、工商户拓展了线上销售渠道,助力减少经营损失。再次,新型消费对包括5G基站、物联网、数据存储设备、数据中心在内的新基建提出了具体需求,可助力我们挖掘有效投资空间。《意见》的出台,将有利于进一步完善新就业形态的劳动保障政策,推动引导实体企业创新线上线下销售渠道,加快新型消费基础设施建设,有助于更好地保居民就业、保市场主体。

这是进一步畅通国民经济循环的重要抓手。消费是经济循环的终点也是新

起点,顺应消费升级、充分激发消费潜力,是构建新发展格局的必然要求。从近期看,培育壮大新型消费,释放因疫情被抑制、被冻结的消费需求,有利于促进需求侧加快复苏,收窄供需缺口,推动终端消费与生产供给形成良性闭环,促进国民经济循环。从中长期看,发展壮大新型消费,是扩内需的重要内容,也将引领产业数字化、智能化的升级方向,充分发挥需求对供给的牵引作用,还将推动现代流通体系建设,提高全社会流通效率。《意见》的出台,将有利于新型消费健康快速发展,牵引带动产业转型升级,加快现代流通体系建设,进一步打通生产、分配、流通、消费各个环节。

这是进一步推动科技革命和产业变革的重要引擎。新型消费是新一轮科技革命和产业变革的必然产物,是新技术作用于消费、实现技术应用并服务最终需求和经济社会发展的成果。同时,新型消费也为5G、人工智能、区块链、大数据、云计算、虚拟现实等前沿科技提供了丰富的数据资源和广阔的应用场景,为新技术新产品研发、新产业新业态发展提供了试验田。《意见》的出台,将有利于大力推进智能化技术集成创新,加快区块链、人工智能应用,有助于我国发展互联网经济、数字经济、互联网金融等新技术新产业,抢占新一代信息技术制高点。

(张宇贤 胡祖铨)

# 居民消费力在哪里?

今年国庆黄金周,再加上中秋节,从10月1日到10月8日,假期长达8天,被政府及企业看作是全民消费的旺盛日子,以此来形成国内消费动力。比如,由商务部牵头的消费促进月,动员全国35个省区市的179个重点城市政府、10多万间企业和涉及实体和线上200多万商户参与,时间正好覆盖“十一”黄金周。

按照国家文化和旅游部数据中心测算,在今年黄金周期间,全国共接待国内游客6.37亿人次,按年计恢复79%;实现国内旅游收入达4665.6亿元,按年计恢复69.9%。由于复工复产需求,假期内货车流量较去年同期增长15%,日均达到578.73万辆次。商务部的资料显示,全国零售和餐饮重点监测企业销售额约1.6万亿元,日均销售额同比上升4.9%。其中包括全国8天电影票房超过了39.5亿元,为历年黄金周第二高水平。

对于这些数据,有经济评论认为,尽管中国的新冠病毒疫情得到真正控制,中国经济与消费也开始全面恢复,但可能是受新冠病毒疫情之影响与冲击,黄金周的消费并没有全面复元,比政府预期的要差。其原因或是居民为了规避疫情而不愿出来旅游,或是受疫情打击,居民收入下降不敢增加消费等。

不过,实际情况可能与这种分析的差距比较大。一是上述数据并非能够观察到居民的消费增长或减少的力度,因为,新冠病毒疫情之后,居民消费模式已经发生巨大的变化,特别是“宅经济”大行其道,更是无法用这样简单数据来测算这次假期居民的消费增长情况。更何况,这种计划经济时代遗留下来的黄金周消费,早就开始在退出中国市场,国内绝大多数居民对这种人满为患的旅游已经没有什么兴趣;至于国内旅游代替出国旅游更是政府的一厢情愿。二是政府的统计数据测算采用的是恢复性比较,其意义在于传统的观念来对比两个时期居民旅游消费的变化及新冠病毒疫情后居民旅游消费复苏的程度,其意义并不是太大。与目前全球各国疫情冲击情况相比,中国经济最先走出新冠病毒疫情影响的国家,也可证明中国经济内循环正在走自己发展之路,不过,中国居民消费力的强弱并非由此可测算到的。

其实,以政府行政性的方式来推动的旅游消费,实际上那仅是早期觉得效果显著,但就目前的情况来看,应该是微不足道的。因为,这种政府行政性方式推动的旅游消费,不仅效率低,也是以消费者付出巨大的拥挤成本为代价的,更重要的是把中国最为重要一半人口(农村居民)排除在外,因为农村居民基本上不会参与这种旅游消费。所以黄金周近5000亿元旅游收入与近年100万亿元的GDP中占比肯定很小。实际上,要让以国内居民消费为主导的内循环经济转动起来,并非市场能够提供多少商品及服务(因为市场经济永远是过剩经济,只要有市场需求,市场供给就会到哪里),而是在于中国居民的消费力有多大?在于这种消费力在哪里?

就中国14亿人口来说,中国当然有一个巨大到无边际的市场。在中国,任何一个商品,无论其价格多低,只要有市场,在中国有巨大的市场占有率,生产这个商品的企业就可是一个庞大的企业。娃哈哈矿泉水就是一个最好的案例。但是,中国这个市场经济与发达国家的市场经济有很大不同。一是中国的权力在资源和财富分配中占绝对重要地位,所以,中国的许多财富基本上会向权力聚集,权力成了财富与消费力的主要象征。比如,为何北京能够成为中国最富有的城市,就在于中国权力集中在北京。二是在这种市场背景下,这必然造成了地区之间、城市之间、个人之间等巨大的财富收入分配不公,居民的消费力相差悬殊。在这种情况下,国内少数居民的消费力可以与发达国家的居民相比,但绝大多数低收入者则消费力很弱。三是中国城乡二元分化差距,并没有随着中国经济成长而缩小,反之还有扩大的趋势。而这种城乡二元分化,即使农民居民到城里寻找工作,他们收入水平仍然是城市最低层次上。

还有,中国的城乡二元分化体制,是导致占人口比较近一半的农村居民消费力最弱的关键所在。我们只要到许多边远的农村去看看,我们只要去看看城市建筑工地那些蹲在地上用馒头再加青菜吃饭的农民工,我们只要问问由农村到城里打工的环卫工等,我们就会看到这些年来他们的生活水平上得非常非常慢。除了保证基本的温饱问题,根本就没有多少消费力。还有,当前中国居民住房按揭贷款达到34多万亿元,仅此贷款利率每年就得支付快到2万亿元,再加上归还本金,这是严重挤压城市居民消费力的重要方面等。

所以,中国要发展以内需为主导的内循环经济,并非仅是企业商品及服务增长,更重要的在于提高绝大多数居民的消费力,特别是农民居民的消费力。就目前绝大多数居民的收入水平而言,他们的收入水平远无法启动消费大循环。中国只有进行一系列的重大制度改革,增加绝大多数居民收入、改善收入分配关系、提升公共服务水平、逐渐弱化权力对资源的分配等,这样才能真正提升整个国民的消费力水平。这才是启动内循环经济及中国经济健康发展的关键所在。

(易宪容)

丰台市场监管局之窗
丰台区市场监管局“三个强化”做好冬季供暖特种设备安全保障工作
为全面做好冬季供暖期间特种设备安全工作,全力遏制各类事故的发生,保障人民群众温暖过冬,丰台区市场监管局近日开展了供暖特种设备专项检查,主要针对供热锅炉及天然气充装站等相关单位开展安全检查。一是强化隐患排查。组织冬季供暖特种设备使用单位开展自查,检查设备是否具备供热运行条件,要求对存在重大问题和安全隐患的供热特种设备,要坚决停止使用。二是强化设备安全,做好三个“定期”、三个“安全”。要求天然气(CNG)充装单位及液化天然气(LNG)移动式压力容器使用单位做好三个“安全”,安全充装、安全储存、安全泄放,严格按照安全技术规范要求确保设备安全运行。三是强化执法,科所联动。重点检查了特种设备日常监督检查记录、维修保养记录、应急演练及从业人员安全教育培训情况。(张芳)

# 企业参与“双循环”可从五方面寻找突破口

如今,“大循环”“双循环”已然成为高频经济词。从当前发展背景来看,这两个词将如同“新常态”“供给侧改革”“一带一路”“人类命运共同体”等推动我国经济高质量发展的词一样,助推我国经济持续高质量发展,同时推动与我国友好往来的其他经济体的整体繁荣。

## 如何在双循环中发挥作用

对于老百姓而言,循环受阻的最大表现,就是无法购买到意向商品。由于产业停滞、企业停工,原本能够正常供应的商品出现断供,价格也快速上涨。同时企业停工,无法盈利的困境使得企业无法向员工发放工资。在穷人越多、物价越上涨的环境中,社会越容易不稳定,发展更是会进入恶性循环。这也是为什么国外有的国家在新冠疫情还没有得到彻底控制的时候,就支持企业复工复产的原因。可见,企业在循环中发挥着至关重要的作用。

企业如何在“双循环”中发挥作用,需要我们从宏观方面来分析。笔者认为,投资、消费和出口,这“三驾马车”对经济循环能起到良性作用,需求将成为投资的指引,投资会成为生产的推力,生产和消费两者相互作用,消费将反映

并激发市场的需求。

不过,实现双循环不是任意产品、产业都能进入其中,也不是任意要素都能长期循环,只有有效供给符合消费者的实际需求时,才能实现商品从生产者到消费者的转移,以及资金从消费者到生产者的转移,以此促进经济的稳步发展。笔者认为,企业的双循环需要两方面共同努力:一个是各级地方政府,一个是企业自身。各级地方政府要做的是,在国家调控下,对企业的指导、支持性工作。

第一,政府根据企业的性质、规模、实力以及创造的社会价值,向不同的企业提供不同的政策便利,如人才激励政策、科技创新政策、税收优惠政策、行政绿色通道等,一方面为企业减少负担、增加动能,另一方面引导企业参与社会分工,为宏观经济增加新动能。

第二,政府根据社会发展、市场需求,指引企业向符合实际情况的方向实施创新升级,通过宏观调控实施整体的合理布局,推进各产业的合理分工。防止各类企业一窝蜂扎入所谓的“风口”,防止盈利可观的产业在“烧钱”的竞争中由盈转亏,避免热钱导致的资源浪费和资金损失。

第三,政府在行政上、政策上,为企

业在遇到不可抗力力的情况下,通过合理方式帮助企业渡过难关。例如在今年疫情期,许多企业在生产中遇到困难,各级政府都派出经验丰富的工作人员指导部分企业的复工复产,为受到困难的企业出谋划策、牵线搭桥。

## 五大建言助力企业突破

简而言之,各级地方政府需要优化营商环境。企业自身需要做的事情则更多,例如要持续创新,要实现高质量发展,要善于开拓市场,要敢于多方合作,不论如何发展,企业要做到的是合理使用各种资源、尽力贴合市场、服务好消费者。

一是,企业要有新思想、新技术、新血液。经济循环需要企业存活,企业存活就需要不断创新。创新是发展的动力,这种动力不仅仅是技术,更是思想的进一步解放,我国对外开放不仅是打开国门,同时还是思想的升华。

二是,企业产品要贴合市场,服务消费者。企业存活需要具备持续的盈利能力,大方面涉及到产品和销售。企业要做的是产品是否有市场?这不是企业需要思考的问题,是需要企业在消费者群体中调研分析的问题。能够解决消费人

群某项所需,在市场上具备竞争力,能够占据某行业一部分较为稳定的市场份额,这类产品才不会让企业做无用功,销售后盈利的资金再投入生产,资金的循环流动使得企业可以正常运营。

三是,企业要敢于研发,做好产品迭代。人们日常使用的产品,很多都在不知不觉中更新换代,例如手机从以往的直板、翻盖变成了触屏。敢于研发,创造更多消费者需要的功能,始终保持产品的亮点,保持消费者中新鲜度,不断提升产品在海外外的影响力,提升自己全球的品牌知名度。

四是,企业要加强企业间合作,构建良性竞争环境。加强与其他企业的合作,相互交流成功经验,形成产业同盟以应对各种风险和挑战,保证行业向好发展,自身也将因此受益。

五是,企业要用对人才,善待人才。人才是企业关键的生产力,将人才放在合适的岗位上,通过一系列善意的激励方式善待人才,能最大限度发挥人才的作用。

总而言之,就是在政策指引下,企业做好自己,不断创新,以更多的盈利点创造更多的价值。

(宋清辉)

# “双11”擦亮眼睛谨防购物陷阱

实降价,甚至部分商品折后价比之前还要贵。

好了,什么也别说了。只为了走过即将到来的“双11”,和未来自个的“双11”“双12”等,我们有必要来给消费者揭揭秘,看看“双11”某些商家的小伎俩是怎么使用的。一方面是老套路。比如,先涨后降,我还是我,不降价的烟火;“定金”和“订金”,真假孙悟空,傻傻分不清——“订金可以退,定金不退”;等等。另一方面是新套路。比如,预售,怕麻烦的快来,多花钱的大优惠——“哎,整点抢购好麻烦啊!”“快来

啦,商品提前预售啦!”这个好,哇,好多人参与预售,好多人选择这个,肯定优惠比较大”,然后在“双11”当天价钱却更优惠的时候,却苦于定金不能退,怒吞了一口“苍蝇”,满减力度,凑单凑尽脑汁——满多少减多少,然后不断下单,然后买了一堆看似有用的商品……

一分钱一分货的道理,网购的时间越久,总是觉得网上消费也是花钱,也都是真金白银,那总不能不合时给密码吧。“双11”就要来了,买的没有卖得精,这世界上只有买错的,没有卖错

# 扩大内需莫寄希望于过度消费

10月24日,中国人民银行原行长周小川就年轻一代储蓄率明显下降这一现象发表了自己的看法。周小川认为,这其中有好的一面,即有助于扩大内需;但周小川也很委婉地表示了己方的担心,就是一些年轻人过多地靠借债过度消费、奢侈消费,将来是不是好事也不完全知道。

年轻一代储蓄率明显下降这已经不是近几年出现的新问题了,实际上,伴随着都市“月光族”的出现,这个问题就已经开始出现了。而现在的问题不是“月光族”,而是“负翁族”。一些年轻人不只是将自己的工资都花光了,甚至还借债消费、奢侈消费,而近几年互联网金融的兴起以及有关的金融改革措施出台,也为这些“负翁族”提供了生存的土壤。

诚如周小川所言,年轻人的借债消费有利于扩大内需。毕竟借债消费也是

一种消费,而只要是消费,就都是可以扩大内需的。所以,周小川的这个观点并没有错。但关键是扩大内需并不能建立在年轻人靠借债来过度消费、奢侈消费上,这种扩大内需的基础显然不是牢靠的。这种借债消费多了,那就是一场危机,就扩大内需而言,则是一种泡沫。因此,这不是中国经济健康发展所需要的。

中国经济需要健康发展,扩大内需也必须是健康的。因此,这种扩大内需需要建立在经济发展的基础上,建立在国民收入增长的基础上。国民的收入增加了,消费自然就会水涨船高,扩大内需也就水到渠成。这才是扩大内需的根本

所在。

而年轻人借债的过度消费、奢侈消费,对扩大内需的刺激只是一时的,甚至还有可能对经济的发展起到误导性的作用。毕竟这种借债消费,不可能长期持续下去。一方面,这种借债消费,是对未来消费能力的一种透支,即把未来的消费能力提前到了当下,这会影响到年轻人未来的消费能力,经过这种透支之后,或许未来某个时期,这年轻人就没有消费能力了。另一方面,是当借债消费达到一定程度之后,如果年轻人的偿还能力跟不上去,那么,这种借债消费是跟不上去的,自然就会中断。包括当事人

的征信也会出问题,甚至沦为限制消费的一族。所以,年轻人通过借债来过度消费、奢侈消费,这是不宜提倡的,对于年轻人来说,此举有百弊而无一利。

之所以会有部分年轻人出现这种借债消费的方式,这一方面与最近几年互联网金融的兴起存在一定的关系,让一些人借钱来得更容易。毕竟在现实生活之中,借钱总还是一个掉面子的事情,所以年轻人也不好开口向自己身边的熟人借钱,而且就是开口借钱也未必能借到钱。但互联网金融解决了年轻人借钱的烦恼,从而让一些年轻人借钱消费成为可能。

另一方面,部分年轻人借债消费也与年轻人的攀比心理有关。毕竟当今的中国家庭,贫富差距还是很明显的,有些家庭是真有钱,而这些家庭里的孩子花钱也是大手大脚。但基于攀比心理,一些没有钱的年轻人就通过借债消费的方式来打肿脸充胖子,在外人面前显示自己的“富有”。

此外,部分年轻人之所以选择这种借债消费的方式,也与这些年轻人的责任心缺失有关。这些年轻人通常是比较自私自利的,而对于家庭与未来的生活,则缺乏责任感与具体的安排。他们之所以敢于借钱消费,是因为他们还在“啃

老”,借钱消费即便将来出现了什么问题,将来也是找自己的父母来解决问题。所以,这些借债消费的年轻人,很多都是一些“妈宝男”,是一些还没有长大的孩子。他们的借债消费其实是指望着自己的父母来买单。

因此,对于年轻人通过借债来过度消费、奢侈消费,这种做法是不宜提倡的,更不能为其戴上一顶“扩大内需”的高帽子。年轻人的消费需要有理性,需要与自己的收入相匹配,有多大的收入就进行多大的消费,而不是通过借债来过度消费、奢侈消费,从而把自己逼入到“负翁”的境地。当然,对于很多年轻人因为买房而借债,这是一种很特殊的有中国特色的负债现象,对于这种负债消费可另当别论,不应纳入到“过度消费”或“奢侈消费”范畴。(皮海洲)