

构建“双循环”新发展格局的有效路径思考

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,是“十四五”规划《建议》提出的一项关系我国发展全局的重大战略任务,需要从全局高度准确把握和积极推进。站在“两个一百年”奋斗目标的历史交汇点,我们必须着眼于“两个大局”,充分认识“双循环”新发展格局是实现中华民族伟大复兴的必然选择,坚定不移落实党中央的决策部署。

坚持政府、市场、社会三者有机结合,从生产、消费、分配多方面入手促进国内大循环通畅

一是突出政府引领,推动供给创新、升级。大力发展新经济新动能,推动我国产业结构转型升级,提升产业链水平,促进我国产业不断向全球价值链中高端迁移。推动制造业高质量发展,在人工智能、5G技术、智慧物流、芯片制造、无人驾驶等领域培育一批具有高创新能力、强竞争力和完全自主知识产权的排头兵企业。加快协调发展,缩小城乡、区域发展差距。努力改善民营企业营商环境,推动国有企业“竞争中性”原则落地,确保民营企业在各个维度同国有企业公平竞争。

持续完善多层次资本市场,解决好中小企业融资难融资贵的问题。

二是构建强大市场,带动供给优化调整。优化消费格局,培育完整的内需体系,提高居民消费需求占国内需求的比重;减轻居民房贷等对消费的压力,壮大中等收入群体规模;改革户籍制度,建设农村转移人口能够住得起的住房等。通过这些措施,减轻居民在扩大消费时面临的压力。优化分配格局,提高居民可支配收入占国民收入的比重,努力使居民收入增长与经济增长同步或稍快于经济增长。优化生产格局,提高消费型产业占整个产业的比重,特别要提高中高端消费产品的规模和比重。优化技术格局,提高自主可控技术产业占比,降低高技术产品对外依存度。优化开放格局,坚持扩大开放,增强内外循环的畅通性。

三是加大政策支持力度,发挥好社会组织的作用。进一步完善简政放权、政府购买、税收优惠、人才激励等一系列政策扶持措施,引导社会组织在构建新发展格局中发挥积极作用。大力弘扬企业家精神,强化企业家的家国情怀和创新精神,让他们“努力成为新时代构建新发展格局、建设现代化经济体系、推动高质量发展的生力军”。

构建新发展格局必须紧紧依靠改革、开放、创新三大动力

改革是推动发展的根本动力。我们要在已有改革的基础上,牵住牛鼻子,找准突破口,围绕增强创新能力、推动平衡发展、改善生态环境、提高开放水平等重点领域和关键环节,持续把改革推向深入,更加精准地出台改革方案,更加全面地完善制度体系。必须坚持对外开放基本国策,实施更大范围、更宽领域、更深层次的对外开放,建设更高水平开放型经济新体制,形成国际合作和竞争新优势。一方面,要高质量引进来,继续放宽市场准入,推动贸易和投资自由化便利化,增强对外贸易综合竞争力;创造更有吸引力的投资环境,完善外商投资准入前国民待遇加负面清单管理制度,有序扩大服务业对外开放,依法保护外资企业合法权益,加强知识产权保护;完善自由贸易试验区布局,赋予自贸区更大改革自主权。另一方面,要高水平走出去,推动共建“一带一路”高质量发展,构筑互利共赢的产业链供应链合作体系,深化国际产能合作,扩大双向贸易和投资规模,深化公共卫生、数字经济、绿色发展、科技教育合

作,促进人文交流;积极参与全球治理体系改革,推动二十国集团等组织发挥国际经济合作功能,与主要发达经济体建立更加紧密的产业和市场循环关系。

构建新发展格局必须尽快实现“三个畅通”

一是坚持创新驱动发展,落实自主创新制造强国战略。创新发展是构建新发展格局的必然选择。要着眼于形成新发展格局,培育壮大战略性新兴产业,加快发展现代产业体系。我国在一些关键核心技术上“卡脖子”问题突出,严重威胁着我国产业链供应链自主、安全、可控,应当尽快研究解决。

二是以开放、创新为抓手,实现服务业扩容提质增效。持续用力推进现代服务业建设,既是立足当下的现实需要,也是着眼长远的战略之举。服务业扩容提质增效要以开放、创新为抓手,更多依靠市场机制和现代科技创新推动,努力构建和畅通优质高效、布局优化、竞争力强的服务产业新体系,为形成高质量发展重要增长极提供有力支撑。

(邹新月 龙向林)



端午假期已过。多个旅游服务平台的数据显示,端午假期国内旅游产品、酒店、机票的订单量与价格均有所增长。与火爆的“五一”假期旅游情况结合起来看,不少专家认为,国民出游消费需求不减反增,旅游业国内大循环呈现良好态势。

上半年旅游黄金期的重现,常被解释为“报复性消费”。持这一观点的人认为,疫情限制了人们正常的旅游消费需求,疫情稳定后人们选择释放欲望、疯狂消费。打个比方,旅游需求如流水,疫情对旅游消费的限制如大坝泄洪,当大坝开闸泄洪,水流量远超大坝时的正常排放量,那么超出的水流量就属“报复性消费”。从疫情前后两年的旅游消费数据看来,笔者认为无法有力支撑“报复性消费”的论断。疫情前国内旅游市场本就处于高速增长状态,如果考虑到这一正常增长值,那么“报复性消费”对旅游经济的贡献度将会小于目前的估计。因此,虽然旅游市场火热,但我们不能因“报复性消费”而过于乐观。

另一个舆论普遍关心的问题,是旅游爆发性增长是否具有可持续性。与“五一”假期火爆的旅游市场相比,端午假期显得平淡。就此有人得出结论,认为旅游市场只是暂时性反弹,国内旅游消费需求受到抑制的情况将长期存在。不过笔者认为,对于国内旅游产业不能盲目乐观,但大可不必过于悲观。

“五一”黄金周的热度,是多重因素叠加的结果。随着国内疫情趋稳,消费者国内旅游需求实现正常释放,国外旅游需求的回流、春节旅游需求的补偿性消费以及出于对未来疫情不确定的考虑而提前配置旅游计划等,实现了需求的叠加放大。在这个过程中,“报复性消费”所起到的作用较小。端午假期旅游热度的些许下降,也是假期较短、个别城市疫情防控情况、消费者旅游记忆、旅游需求季节波动等共同作用的结果。

当下,疫情防控常态化是国内旅游活动长期的大背景。未来,国内旅游业发展长期向好的势头没有改变,国内旅游档期、项目和产品的“爆款”与“冷门”仍将同时存在。一个值得注意的现象是,疫情防控常态化正倒逼消费者改变消费习惯、方式与模式,国民旅游消费更趋理性化。一大表现是本地游、城市周边游成热门旅游项目,在空间地域上分布更加均匀,有利于改变旅游资源与旅游需求的空间错位,减缓或避免旅游扎堆现象的出现。此外,消费者选择的旅游类型更多样化,游客利用数字化、预约制等智慧旅游技术自发调节出游计划。

旅游是幸福产业,是人们生活水平提高的重要标志。当前,单纯的打卡式旅游是制约人们追求多样化、高品质、特色化旅游的重要因素。从需求侧来看,疫情防控常态化倒逼下,消费者旅游需求的日趋理性和合理,为破解打卡式旅游困境提供了助力。而从供给侧来看,破解打卡式旅游难题,一方面需要通过政策引导和机制设计,巩固疫情防控常态化背景下旅游消费理性化态势,实现旅游需求的更合理分散,另一方面还需深入推进大众旅游、发展智慧旅游和红色旅游,提升优质旅游资源供给,提高旅游公共设施和服务质量。对公众多样化、高品质、特色化旅游需求满足的过程,也是旅游产业实现高质量发展的过程。

国内旅游消费理性化或将成「新常态」

(陈强远)

“品质消费”对经济的拉动效应日益增强

近日,商务部公布了全国消费促进月活动的相关数据,今年5月累计实现商品和服务交易额4.82万亿元,比2020年5月增长22.8%。尽管这一规模存在一定的补偿性特征,但仍说明我国消费市场正在得到恢复。随着各项稳消费、促消费措施落地,人们生活水平、消费水平不断升级,消费对经济的拉动作用还将进一步增强。

事实上,在疫情发生前的2019年,我国居民最终消费支出对经济增长的贡献率已达到57.8%。有效消费是最扎实的支撑。保持消费在GDP中的适当占比,保持适度的消费增长率,是落实创新、协调、绿色、开放、共享发展理念的必然要求。居民获得更好生活体验和消费有效增长是相互统一的。特

别是,我国拥有世界上规模最大的中等收入群体,消费市场规模位居世界前列,我们的消费理念、消费模式、消费的底层支持,必须走在前面,即必须落实新发展理念。

今年以来,我国消费市场得到较大幅度恢复,首先是由于我国疫情防控取得重大战略成果。只有当人们的生产生活秩序得到恢复时,各种消费活动才能“纵横交错”地展开。消费需要网格化、链条化,不能长期缺头少尾。促消费也不是盲目地扩大消费规模,而只能以满足人民对美好生活的向往为出发点。产品和服务既要满足人性需要,也要体现可持续发展的基本要求。

今年的消费促进月活动,以品质消费、服务消费、新型消费的增长为主要

特征,同时带动了农村消费增长,是一个很好的开始。以双品网购节为例,排在前面的几项大宗消费是除菌洗衣机、定制家具、智能穿戴设备,体现为升级类、品质化需求的增长。特别是,这类消费的供给并非全靠进口商,而是有一大批国潮品牌、老字号厂家参与其中。电商平台争先恐后改善服务,传统商家纷纷上线,线上线下消费深度融合发展。

在疫情常态化下,传统的旅游、购物、文化娱乐、康养等消费板块显著恢复,并与假日消费相叠加,增长效应明显。5月住宿类、餐饮类和娱乐类消费同比分别增长64.5%、33.5%和11.3%,比2019年同期分别增长了15.8%、7%和2%。农村消费潜力也得到释放:一

方面,旅游消费为农村地区居民增加了收入;另一方面,农村居民的汽车、家电、信息、文娱等消费规模也在显著增强。

下一步,要进一步顺应居民消费升级趋势,把扩大消费同改善人民生活品质结合起来,向传统消费领域注入更多的绿色、健康、安全要素,同时鼓励发展新型消费模式和业态。让传统消费更时尚,让时尚消费进入寻常百姓家。凡是人们喜闻乐见的,符合绿色、健康、安全要求的消费供给,无论是内资企业还是外资企业提供的,我们都一视同仁,给予法律保护和政策支持。要将稳消费、促消费升级,与构建国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局统一起来。(董少鹏)

食品有临期 权益不过期

临期食品火了。不仅线上线下热卖,众多媒体关注,连市场监管总局都委托食品安全专家制作《临期食品,可以买吗?》等短视频,对临期食品进行科普。有关调查也显示,有超过四成的消费者愿意购买并向身边的人推荐临期食品。“临期”二字背后,蕴藏着一个价值上百亿元的新商机。

不少人认为,临期食品能够“咸鱼翻身”,主要是因为便宜。于消费者而言,买临期食品可以花更少的钱买到心仪的商品,极具性价比;于商家而言,降价出售临期食品,可以有效止损。

其实,临期食品从藏头露尾低调清仓到光明正大打折销售,还伴随着人们消费观念的转变。越来越多的人开始反思以前那种一味向环境“索取”的生活方

式。人们开始珍惜自然的馈赠,向浪费说“不”;开始更多地使用环境友好产品,如弃用塑料,改用玉米等天然原料制作的吸管;开始更多地尝试环境友好型生活方式,如不再把购买临期食品看作丢脸之事,而将其视为减少浪费、保护环境的一种责任。

今天,我们“围观”临期食品,当然不仅是要讨论其为何能火,更要好好思考两大问题。首先便是如何管理、规范的问题。于4月公布并实施的反食品浪费法已明确规定,超市、商场等食品经营者应当对其经营食品加强日常检查,对临近保质期的食品分类管理,作特别标示或者集中陈列出售。接下来,还要根据实际情况不断完善相关法律法规,并确保执行到位。临期食品价格打折,



但监管及食品安全绝不能打折。人们的新观念及新生活方式需要法治护航。

另一个问题则是“加减题”。所谓“减”,即除了在销售端发力,与临期食品相关的其他环节能否深入研究临期食品产生的原因,通过向科技借力、改善管理、优化流程等从源头上为临期食品减

量;所谓“加”,即除了公开销售,是否还有更多的途径合理利用临期食品,除了为临期食品找到妥善归宿,我们还可以做些什么来保护环境,与环境实现良好互动。这道“加减题”,大家不妨做一做。

(广报)

消费是持久性收入稳定函数

决定人们消费支出的不是暂时性收入,而是持久性收入,消费是持久性收入的稳定函数。

只要你生活在社会之中,没有一天可以离开消费。人的一生,无论你是大富大贵,还是贩夫走卒,都要围绕着吃、喝、拉、撒、睡。不要小看这些最基本的生存需求,它们构成了整个社会的消费基础,也是一个社会繁荣的基本体现。

可以说,你的消费冲动与实现,影响着整个社会的发展未来,是关系着双循环新发展格局形成的最基础最重要的因素。

双循环新发展格局的提出,是面临世界百年未有之大变局,我国经济关系中的生产、分配、交换和消费受阻,为了畅通国民经济循环而构建的一种新发展格局,重点在于畅通国内的经济循环。当然,这并不意味着走封闭的老路,而是更大规模更高层次的对外开

放。

做好国内的经济循环,供给侧很重要,消费侧同样重要。因此,鼓励消费,形成更大更高层次的国内消费市场显得尤其重要。

当然,许多人认为,我也想消费,我也想开奔驰,住豪宅,餐餐鲍鱼顿顿龙虾,我也想乘坐豪华邮轮云游四方,也想到国外的奢侈品店去扫货,可是口袋瘪瘪,想也是空想。那么,到底是什么在影响人们的消费行为?经济学家早就在研究此事,或许能解开其中之谜。

毫无疑问,最重要的一条就是你的收入。你的消费支出是由你的可支配收入决定的,收入高,消费自由度也高。但收入是怎样影响个人的消费行

为的,经济学家却有着不同的看法。

为了方便研究,经济学家假定消费者是完全理性的,即消费者出于理性的思考,以最小的成本获得最大的效用,即购买同样数量与质量的消费品,价格最低者最受青睐。消费者的主要经济行为是消费与储蓄,利率越高,人们倾向于少消费,反之,则会多消费。所以,当一个社会鼓励消费时,降低利率是一种有效的激励措施。消费者随着收入的增减而增减消费,收入多了,消费也就增加了。但消费增加速率慢于收入增加速率,也就是说,当你的工资从5000元增加到1万元时,收入增加了一倍,但你的消费并不会同时增加一倍,尤其是当你的工资从1万元增加到

3万元时,这种情况更为明显。这就是边际消费倾向递减,随着收入的增加,用于消费的支出占收入的比重会减少。因此,经济学家凯恩斯认为,随着财富和个人收入的增加,个人消费支出会出现递减趋势,人们更加倾向于储蓄,而且消费增长与收入增长不是比例关系。

但随着不同经济学家的深入研究,发现凯恩斯消费理论只能解释短期消费。弗里德曼认为,长期来看,收入与消费之间是比例关系的。他提出了持久性收入假说。如果消费者是理性人,收入可分为两种,一种是持久性收入,即长期的有规律的收入,如你的工资;一种是暂时性收入,即你偶然得来

的收入,如你中了100万彩票大奖,或者你工作之外帮人家解决一个大问题,人家非要包个红包感谢你,这些都是偶然得来的,对于这些暂时收入,人们更倾向于随意消费花掉。这就涉及心理账户,即人们将不同来源的钱划分到不同的心理账户,辛辛苦苦挣来的钱看得更紧,而天上掉馅饼得来的钱,更容易花掉。所以,许多中了彩票大奖的人,会随意花个精光,到头来,依然是像没中奖一样,甚至过更穷的日子。因此,弗里德曼认为,决定人们消费支出的是暂时性收入,而是持久性收入,消费是持久性收入的稳定函数。消费会随着收入的增长而增长,长期来看,平均消费倾向和边际消费倾向是一个

稳定的值。随着收入的增加,原有的欲望得到满足后,又会有新的欲望。你好不容易挣够了钱,买了一辆几万的车,几年后,你的收入增加了,便想换一辆价值20万元的车,这个欲望满足,等到你收入成倍增长时,你又想换一辆价值更高的汽车了。这就是常说的消费升级。

因此,为满足人们日益增长的消费需要,社会生产也要转型到高质量发展,建立更高层次更高质量的国内消费市场,要搞好国内经济大循环。

畅通国内经济大循环,进一步扩大内需是应有之策。国家主张的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,使建设超大规模的内贸市场成为一个可持续的过程。

(海舟)