

新时代背景下激发居民消费潜能之路径探析

陈可澄¹ 陈芳²
1 自由职业者 2 攀枝花学院
DOI:10.12238/ej.v8i9.2957

[摘 要] 经济发展新时代,我国居民消费规模不断扩大,消费品质日益提升,消费模式创新叠出。因此在新时代背景下,为了进一步激发居民消费潜能,本文提出了通过大力提升传统消费、着力发展高质量服务消费、引领绿色新型消费等措施,进一步激发居民的消费意愿,增强消费拉动经济发展的主引擎作用,促进经济高质量发展。

[关键词] 新时代; 消费; 主引擎

中图分类号: F036.3 **文献标识码:** A

On the Path of Stimulating Residents' Consumption Potential in the New Era
Kecheng Chen¹ Fang Chen²
1 Freelancer 2 panzhihua university

[Abstract] In the new era of economic development, the consumption scale of Chinese residents is expanding, the consumption quality is improving day by day, and the innovation of consumption mode is overlapping. Therefore, in the new era, in order to further stimulate residents' consumption potential, this paper puts forward measures such as vigorously promoting traditional consumption, focusing on developing high-quality service consumption, and leading green new consumption to further stimulate residents' consumption will, enhance the role of consumption as the main engine of economic development, and promote high-quality economic development.

[Key words] new era; Consumption; Main engine

我国经济社会发展进入新时代以来,消费支出一马当先,在扩大内需、做大做强国内大循环中发挥了重大作用。2023年,最终消费支出对国内生产总值增长的贡献率高达82.7%。面对当前严峻复杂的国际经济形势,更需要充分利用我国超大规模市场的需求优势,着力发挥消费主引擎作用,激发中国经济迸发新的活力,为实现高质量发展提供强劲动力。党的二十大报告指出,“要着力扩大内需,增强消费对经济发展的基础性作用和投资对优化供给结构的关键作用”;中共中央、国务院印发的《扩大内需战略规划纲要(2022-2035年)》强调,全面促进消费,加快消费提质升级,并从持续提升传统消费、积极发展服务消费、加快培育新型消费、大力倡导绿色低碳消费等方面进行了深度布局;2023、2024年中央经济工作会议提出,要大力提振消费,全方位扩大国内需求,培育壮大新型消费,稳定和扩大传统消费。

2023年以来,围绕有效释放内需潜力、激发消费潜能,中央政府出台了一系列政策文件(见表1),国家发改委、商务部、农业农村部、文化和旅游部等部委以及地方各级政府也围绕促进电子产品消费、汽车消费、家居消费、农产品消费、养老服务消费、健康消费、文旅消费等发布了具体通知。中央和地方政

府不断释放各种红利,为提振市场主体信心提供有力支撑,旨在让城市重新燃起“烟火气”,旺盛“人气”,提升“商气”,聚集“财气”,从而带动和刺激市场消费,在“烟火气”中实现经济社会高质量发展。

表1 2023年以来国家关于提振消费的重要文件

时 间	发 文
2023.07	国务院办公厅转发国家发展改革委关于恢复和扩大消费措施的通知
2023.09	国务院办公厅印发《关于释放旅游消费潜力推动旅游业高质量发展的若干措施》的通知
2024.03	国务院关于印发《推动大规模设备更新和消费品以旧换新行动方案》的通知
2024.07	国务院关于促进服务消费高质量发展的意见
2025.01	国务院办公厅印发《关于进一步培育新增长点繁荣文化和旅游消费的若干措施》的通知
2025.03	中共中央办公厅 国务院办公厅印发《提振消费专项行动方案》
2025.03	国务院办公厅转发商务部《关于支持国际消费中心城市培育建设的若干措施》的通知

1 新时代消费的新特征新趋势

伴随收入水平的逐步提高、数字技术的快速发展和电商平

台的不断创新,老百姓的消费理念、消费结构、消费模式和消费习惯都发生了很大变化。准确把握消费市场的新形势,在制定促消费、稳增长的政策举措上更具针对性。

1.1 居民消费规模不断扩大

随着各地生活服务业有序恢复,我国居民消费正逐步增加,人均消费支出水平持续提高。来自国家统计局的数据显示,2024年全社会消费品零售总额483345亿元,比上年增长3.5%,达到历史最高水平;全年全国居民人均消费支出28227元,比上年增长5.3%,扣除价格因素,实际增长5.1%,同样达到历史最高水平。无论在衣食等传统消费领域、住行用等大宗商品消费领域,还是在文化健康娱乐等新兴服务消费领域,居民都有着较强的潜在需求。消费市场的潜力大、韧性强、活力足的特点没有变。

1.2 居民消费品质不断提升

近年来,我国居民消费呈现出高品质、多样化、多元化特征,服务消费进一步扩大,文旅旅游、健康消费热度不减。国家统计局数据显示,2024年,我国人均服务性消费支出占居民人均消费支出比重的46.1%;国内出游56.2亿人次,比2023年增长14.8%;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年中国大健康产业总收入规模达到9万亿元。越来越多消费者更加关注产品本身的价值和文化属性,对一些国产品牌的认可度不断提高。一系列体现中华美学的文创产品变为网络时尚“潮品”,“守得住经典,当得了网红”,也给市场带来了很大机遇。

1.3 居民消费模式不断创新

数字消费、绿色消费、首发经济等新型消费蓬勃发展,“IP+消费”“人工智能+消费”等新业态新模式受到青睐,成为拉动内需的新动能。2024年,全国网上零售额为15.52万亿元,其中实物商品网上零售额占社会消费品零售总额的比重达26.8%。我国已连续12年成为全球第一大网络零售市场。2024年我国绿色消费市场规模突破10万亿元,涵盖绿色食品、新能源汽车、绿色建筑、节能家电、绿色出行、二手交易等多个领域,绿色消费方式成为公众的自觉选择。

2 当前我国消费存在的主要问题

2.1 居民收入预期弱,存谨慎消费心理

根据国家统计局年度统计数据显示,在2017-2024年间的大多数年份,我国居民可支配收入增速低于GDP增速,收入增长放缓。从居民可支配收入占GDP的比重来看,长期以来我国这一指标徘徊在43%-44%之间,低于全球60%左右的平均水平。根据美国经济分析局的数据计算,2000年美国居民可支配收入占GDP的比重为72.23%,之后基本呈现逐步上升的格局,2021年的数据为82.18%。正是由于我国居民收入占比持续偏低,与经济社会创造的巨大财富不匹配,加之很多家庭还背负着教育、医疗、养老三大沉重负担,由此陷入不敢消费的困境。我国最终消费支出占GDP比重长期保持在55%-56%之间,世界银行数据显示,2023年中国这一数据为55.6%,不仅远低于美国的81.3%,也比当年全球平均水平低了17.4个百分点。

2.2 收入分配差距明显,抑制消费潜力释放

从分配角度看,主要有两方面不均衡。一个是中低收入群体和高收入群体间的差距较大。国家统计局数据显示,长期以来,占我国人口数量60%的中间收入、中间偏下收入和低收入三组居民家庭,其人均可支配收入占全国居民人均收入的比重不到30%。高收入群体的边际消费倾向低、中低收入群体的边际消费倾向高,中低收入群体收入占比严重偏低在很大程度上影响了社会消费总量的增加。另一个是城乡居民收入差距较大。2024年,农村居民人均可支配收入为23119元,仅为城镇居民的42.7%,而农村居民人均消费支出为19280元,仅为城镇居民的55.8%,农村居民收入低不利于提高整体消费。

2.3 消费需求加快升级,优质供给不足

首先,在教育医疗等高端服务领域,优质资源主要集中在大中城市,资源分配不均,难以满足广大消费者对高质量教育医疗的需求。国家卫健委统计信息显示,2024年1-11月,三级医院的病床使用率为89.8%,而社区卫生服务中心和乡镇卫生院的病床使用率仅为52.0%、53.7%,反映出医疗资源分布不均衡,高端医疗服务供给难以满足需求。其次,养老、托育等新兴服务业发展滞后。国家民政部数据显示,2024年,全国养老机构和社区养老服务机构床位数共养老床位共799.3万张,每千名老年人拥有床位数不足30张,远低于发达国家水平。同时,养老、托育服务还存在质量和专业化程度较低、缺乏专业人员等问题。再次,在数字服务领域,尽管我国数字经济快速发展,但在数字内容创作、数字版权保护等新兴服务方面仍处于起步阶段,难以满足消费者对高质量数字服务的需求。

3 点燃“烟火气”,提振消费的路径分析

“人间烟火气,最抚凡人心”。消费作为最终需求,既是人民群众对美好生活需要的直接体现,更是生产的目的和动力,对经济内循环具有牵引带动作用。然而,2024年我国消费对GDP增长的贡献率却从上年的82.7%下滑至44.0%,面对这一不利变化,除了需要通过增收减负提升城乡居民的消费能力外,还应通过打造消费环境、培育新型消费形式等措施刺激广大居民的消费意愿。

3.1 发展夜间经济,不断提升传统消费水平

夜间经济(包括地摊经济和后备箱经济)包含了购物、餐饮、旅游、休闲娱乐等一系列业态,是上述业态的综合体。夜间经济是第三产业的组成部分,通过发展夜间经济可以促进消费和推动经济转型升级。得益于我国城镇化进程的加快和交通条件的极大改善,人们在水岸边散步、在广场上舞动、在夜市中游玩,夜幕下多样的户外活动容易产生更多的即时就近消费,为夜间经济发展提供了扎实基础。守护好与人们衣食住行娱息息相关的“烟火气”,适度发展最能体现“烟火气”的夜间经济、地摊经济、后备箱经济、社区经济等,必能拉动消费,促进经济发展。

3.2 发展服务消费,以高品质服务质量和内容赢得消费者

发展服务消费不仅能够提升居民生活质量、增进人民福祉,

也推动着国家经济结构、产业结构的调整升级。在服务消费供给侧,以品质+品牌+数字化升级服务链。积极打造美食名镇、美食名村、美食名品;实施中华老字号+新国货双轮驱动;支持互联网+医疗健康接入医保支付;推广5G、VR/AR、AI在生活服务中的场景应用。在服务消费场景侧,打造15分钟便民圈+沉浸式体验圈。改造老旧闲置场地为文化娱乐、体育健身消费场所,嵌入智慧停车、无人零售等新业态;盘活农村闲置房屋发展乡村酒店、研学营地,打造乡村四时好风光精品线路;优化家政、养老、托育、助餐等服务设施布局,为特殊人群提供更便捷、安全的服务。在服务消费人才侧,构建产教融合+职业认证体系,实施订单式培养。职业院校与龙头家政、养老企业共建实训基地;推行学历证书+职业技能等级证书制度,培养中高端专门服务人才。

3.3 培育绿色理念,激发绿色消费内生动力

进一步健全绿色消费激励机制,能够更有力地拉动消费和促进经济发展。在绿色消费的引导上,可以采取消费补贴、积分奖励、定点售卖等方式,鼓励居民自觉开展绿色采购,踊跃参加新能源汽车、节能家电“以旧换新”活动,积极尝试绿色生活。政府还可以积极推动绿色商场、绿色餐厅、绿色旅游景点等绿色消费场景的打造,电商平台设绿色消费专区,为消费者提供更加环保和绿色的消费场所,营造鼓励绿色消费的便利市场环境。政府应加快制定完善促进绿色生产和绿色消费的法律法规,进一步优化完善绿色产品标准认证体系,让消费者更容易分辨出

绿色产品和服务,让生产者能够从绿色发展中获得高认可度和收益。

新时代,我国经济已由高速增长转向高质量发展,居民消费的核心逻辑也从“拥有更多”转向“活得更好”,从“功能满足”上升为“价值认同”。在这一前提下,需要用新型消费理念引导消费者,以现代技术重构消费方式,让消费者在体验商品功能的同时,获得更多的文化认同、情绪价值、社会身份和可持续未来等方面的满足,激发强烈的消费欲望。

[基金项目]

“双循环”新发展格局下数字经济助力康养产业发展的机制与路径研究PXKY-YB-202220;攀枝花市现代产业体系构建情况调研,ZYZX-ZD-2301。

[参考文献]

[1]周晶.消费提振与内需提升:理论视角下的多角度剖析[J].新金融,2025(07):28-38.

[2]保海旭.新型消费的发展态势与前景[J].人民论坛,2024(19):8-12.

作者简介:

陈可澄(1993--),女,汉族,四川省蓬安县人,研究生,主要研究方向为消费经济、绿色金融。

陈芳(1967--),女,汉族,四川省蓬安县人,大学本科,攀枝花学院经济与管理学院教授,主要研究方向为区域经济、产业经济。