

复国内外市场的双向交流,支持企业开拓国际市场;对服务业领域的市场主体,加大政策支持力度,巩固并增强趋暖的态势;明显提升财税政策惠及小微企业的广泛性和有效性等。

## 着力扩大消费主体

**扩内需、促消费关键在于强主体。**有研究显示,我国中等收入群体中产业工人与个体经营户占比超过50%,这部分人群一旦遭受疫情灾害、经济大幅波动等外部冲击,有可能出现收入下降,并对消费带来直接影响。例如,2020年约有5000万农民工与近4000万个体经营户的就业受到疫情冲击,从而制约了这部分群体的消费行为。为此,需要出台更加积极的保消费主体的政策,使之敢消费、能消费、愿消费。

**扩大消费主体重在“扩中”。**从国际经验看,避免中等收入群体缩水并且持续扩大中等收入群体,不仅有利于稳定消费,而且有利于稳定市场。目前,我国中等收入群体占总人口的比例近1/3,占整个消费比重近50%。有研究预计,到2030年,我国中等收入人群的比重有望达到50%左右,在整个居民消费中的贡献率有可能接近80%。

**扩大中等收入群体是根本。**扩大中等收入群体的难点、重点在农村。随着全面脱贫任务的完成,要把推动农民收入增长作为乡村振兴的中心任务,作为衡量乡村振兴的核心指标。要推动收入分配改革,加大对低收入者的支持力度,着力缩小收入分配差距;要通过深化农村土地产权制度改革,提

升广大农民的财产性收入水平。

“释放新需求、创造新供给”的一个重要载体是人口城镇化。从相关数字看,近3亿农民工及其家庭的消费需求远未释放。农民工只能以劳动者身份加入工业化过程,却不能以城市消费者身份加入城市化过程。为此,加快由城乡二元向城乡融合发展转变,让“农民工”成为历史,是进入消费新时代的重大任务。

## 着力推动消费结构升级

**城乡居民消费结构升级有巨大空间。**2013-2019年,我国城乡居民人均服务型消费支出水平从5216元上升到9886元,年均增长11.2%;占人均消费支出的比重从39.7%提升到45.9%,年均提升1个百分点。未来10年,我国居民消费结构升级仍是一个基本趋势。这几年受疫情冲击,消费增长出现波动。例如,2022年我国人均服务型消费支出水平为10590元,略低于2021年的10645元;占比为43.16%,比2021年低一个百分点,尚未恢复到2019年45.9%的水平。但总的看,城乡居民消费结构升级的大趋势并没有改变,未来10年仍有至少10个百分点的提升空间。预计到2025年,城乡居民服务型消费占比有望达到或超过50%,到2030年有望达到55%左右。14亿人的消费结构升级,蕴藏着巨大的消费潜力。

**加快服务业市场开放是推动消费结构升级的重大任务。**当前,制约消费结构升级的突出矛盾仍是服务供给的规模、质量、效率与城乡居民对服务型消费需求不相

适应。例如,随着我国人口老龄化程度的不断提高,银发消费市场快速增长。从现实情况看,老龄服务体系与产品供给体系同需求相比仍有较大差距。当前,在教育、医疗、信息、文化等领域面临新消费不断涌现,但消费供给又难以适应需求的突出矛盾。这就需要加快推进服务业市场开放,鼓励和支持中小微企业发挥灵活高效的特点,满足涌现的新消费需求;需要加快服务贸易创新发展,推动服务领域规则、规制、管理、标准的对接,全面提升服务供给的质量与效率。

**加大公共消费力度是推动消费结构升级的重要条件。**从国际经验看,工业化后期公共消费占比将逐步提升。从我国的现实看,对居民家庭消费产生挤出效应的往往是家庭在住房、医疗、养老、基础教育等方面的支出负担与预防性储蓄。政府公共消费优先向教育、养老、医疗和育幼等重点民生领域倾斜,将带来比较好的乘数效应。这就需要加大公共消费支出力度,加快完善基本公共服务网络,尤其是扩大工伤、失业保险覆盖面和保障力度。例如,2022年全国城镇就业人数为4.59亿人,但失业、工伤保险参保人数分别为2.4亿人、2.9亿人,其中的缺口主要是灵活就业人员。着力推动全国统一的公共消费基础设施建设,降低公共消费成本,已成为拉动消费增长、推动消费结构升级的重大任务。■

【作者系中国(海南)改革发展研究院院长】