



提振居民消费需求,不能就消费论消费,而是要跳出消费看消费,把消费放到“生产—分配—交换—消费”的宏观经济循环中加以考察。当前,启动消费驱动力的密匙,就蕴藏在供给侧结构性改革之中,从提升居民收入、培育新消费、创新供给方式、净化市场环境、完善社保制度、优化市场配置等方面多措并举,共同形成扩大消费需求的长效机制。

实施六大举措 有效提振消费

李凌

国际金融危机以来,经济增速趋缓,“三驾马车”中投资和出口对经济增长的贡献逐渐下降;而消费的作用日益突出,经济驱动力出现内需拉动的迹象。据统计,我国居民消费率从2010年的35.6%回升至2015年的38.0%;社会消费品零售总额从2010年的15.80万亿元上升至2016年的33.23万亿元,扣除物价因素,年均实际增长11.5%,高于同期GDP的增速。与此同时,随着收入增长和中产阶级队伍扩大,以文化消费、旅游消费、健康消费等为代表的新消费初露端倪,消费结构升级迅速,消费市场前景广阔。但也要看到,仍有一系列因素制约着居民消费力的释放,“不能消费、不愿消费、不敢消费”的现象还比较普遍,消费驱动型的发展模式尚未成熟。

人们之所以“不能消费”,既有收入分配方面的原因,也是市场缺乏有效供给或者供给方式落后所致。首先从收入分配格局看,2016年我国城乡居民人均可支配收入中位数之比为2.83,城市内部五等份分组的高收入户与低收入户的收入差距大于5倍,城镇化过程中的失地农民、城市失业者和低收入群体规模不小,收入水平不高,收入缺乏稳定性,他们的消费需求受到收入的制约。其次,有效供给不足以及落后的市场供给方式,使得大量潜在消费需求无法得到满足,从人们抢购日本马桶盖以及大量海外求学求医的行为中便可窥见一斑。

人们之所以“不愿消费”,主要是国内的消费环境不尽如人意。在一些地区,“假冒伪劣”的制造品和“坑蒙拐骗”的服务业,迫使不少消费需求外溢。据商务部统计,国内外旅游消费市场正呈现“冰火两重天”,2015年境外消费高达1.5万亿元人民币,同比增长近60%,而同期国际游客在中国的总花费仅为3846亿元人民币,同比增长仅3%。商务部的数据还显示,2015年中国服务贸易逆差为1366.2亿美元,其中旅游逆差估计在800亿美元以上。而且,境外消费的主要目标是购物,一定程度上折射出目前国内进口商品价格过高,税费不合理,导致消费者更愿意去境外消费。

人们之所以“不敢消费”,是因为我国的社会保障体系还不健全。公共医疗、社会保障、基础教育和保障性住房等基本公共服务供给不足,催生居民储蓄动机长期处于较高水平,以应对未来不时之需。另外,高房价也是抑制发达地区居民消费需求增长的重要因素之一。

要破除人们“不能消费、不愿消费、不敢消费”的制约因素,进一步提振消费需求,关键在于推进供给侧结构性改革,从而增加有效供给,创新供给方式,唤醒和释放潜在的消费需求,由此真正迈向消费驱动型发展模式,实现全面建成小康社会发展目标。

优化收入分配格局

培育中等收入群体

通过改善创新、创业环境,鼓励诚实劳动与合法经营,拓宽居民收入来源,增加经营性收入占比,提高劳动报酬在初次分配中的比重,提高居民收入在国民收入分配中的比重。同时,通过加大税收调节、财政转移支付等手段,提升城市低收入群体和农民收入,扩大中等收入群体规模,缩小贫富差距。中等收入群体占多数的橄榄型分配格局之所以有利于扩大消费需求,主要原因在于,“中等收入群体”这一概念衡量的不仅是收入和财富,更主要的是这个群体的生活方式和社会资源。这一群体可以在相对宽松的收入约束下,根据对未来持续、稳定的收入增长预期,有计划地安排家庭和个人消费计划,形成持久的消费倾向和较高的消费率,形成一支稳定的消费力量。

适应消费升级趋势

培育新消费增长点

随着居民收入水平提升,消费结构从物质型消费转向服务型消费,从生存型消费转向发展型、享受型消费,从模仿式、排浪式消费转向个性化、多元化消费。文化、赛事、旅游、健康、信息等内容构成新消费

的重要载体,这为新常态下增长动力转换和改变投资的“脱实向虚”取向提供了新思路。只有沿着消费结构升级的方向组织生产,才能确保有效投资,高附加值的新产品或新服务才有可能获得消费市场的认可。2015年末,国务院连续出台了两个文件——《关于加快发展生活性服务业促进消费结构升级的指导意见》《关于积极发挥新消费引领作用加快培育形成新供给新动力的指导意见》,为新常态下增加服务有效供给、推动产业转型升级和创造经济发展新动力指明了方向。

善于运用“互联网+”

创新市场供给方式

传统商业模式主要依靠实体零售网点布局,受到物理空间的局限,销售能力相对有限,也相对割裂了供求信息,导致大量潜在消费需求处于休眠状态,无法转化为现实需求。然而,基于“互联网+”的新型商业模式,采用大数据、云计算等信息技术手段和平台经济商业模式,能极大地丰富并拓展交易空间,有助于供求信息的精准对接,提高流通效率。与此同时,新的商业模式借助于价值链再造,压缩了传统商业模式下的价值传递部门,更加凸显价值创造部门的作用,起到提升经济运行效率和降低交易成本的目的。近年来,浙江、广东等地“淘宝村”的实践经验值得推广。网购对于农村市场的渗透,既能帮助农产品适销对路,快速提高农民收入;又能挖掘农村市场消费潜力,提升农民生活质量。

净化消费市场环境

保护消费者权益

市场监管不力是导致消费市场乱象丛生的重要原因,要从建设服务型政府的要求出发,加快转变政府职能转变,完善统一权威的监管体制;从立法和执法层面加大对消费者的权益保护,严厉打击“假冒伪劣”产品和“坑蒙拐骗”行为,尤其要加强在食品安全等关系国计民生重点领域的市场

监督。为进一步营造良好的消费环境,各级政府正在积极行动,构建更加完善的消费者保护体系和商业诚信记录,对不作为或作为不到位的部门进行问责,同时借助于媒体和网络力量,给优质产品“点赞”,把奸商“拉黑”。

优化财政支出结构

提升公共服务供给效率

国际经验表明,当城镇化率超过55%之后,财政支出结构将从以建设支出为主转向以民生支出为主。2016年底,我国城镇化率已经达到57.35%,但公共服务支出占财政总支出的比例相对偏低,医疗卫生、教育和社会保障公共支出占财政支出的比重约比同等发展中国家低20个百分点左右,公共服务供给不足严重抑制居民消费的稳定需求增长。为此,亟需通过公共服务的供给侧结构性改革,提高公共服务供给质量和均等化水平,进一步完善社会保障体系,促进包括城乡流动人口在内的统一且广泛覆盖的公共财政框架,加大对城市内部和农村内部低收入群体在教育、医疗、养老、住房等方面的财政支出力度,为居民消费增长解除后顾之忧。

深化要素市场化改革

促进要素自由流动

对土地、教育和医疗等稀缺资源的行政管制,是计划经济时代的产物,也是导致目前要素价格扭曲、个别商品及服务价格畸高的主要原因。应当看到,价格信号一旦失灵,稀缺资源就无法配置或流动到最需要的地方,也就无法得到有效利用,造成低效供给过剩和结构性短缺并存。因此,必须坚持全面深化改革,破除土地制度、户籍制度、金融制度对要素流动的阻碍与束缚,倡导机会公平与物尽其用的发展理念,从体制上释放人们的消费潜力,让更多的人能够共享改革发展的成果。

(作者系上海社会科学院智库研究中心副主任、经济研究所副研究员)



樊友山

全国工商联党组书记、副主席

民企党建要突出讲政治

加强民营企业党建工作,是夯实党的执政基础、促进企业健康发展的必然要求,民营企业党建应该更加突出讲政治。对民营企业和企业而言,讲政治不是抽象的,而是具体的,是需要用行动说话的。

第一,讲政治,就要始终听党话、跟党走。我国民营经济是改革开放以来,在党的方针政策指引下发展起来的。没有党的正确领导,没有改革开放的政策环境和团结稳定的社会环境,就不可能有民营经济的可持续发展。民营企业党组织和民营企业企业家,必须深刻认识和理解党的政策,认真学习贯彻党的六中全会精神,坚持教育和引导企业党员、群众树立“四个意识”。民营企业家也要做爱岗敬业的典范,做到爱党、信党、跟党走。

第二,讲政治,就要不断推动企业转型升级,提质增效。民营企业党建工作不能离开企业经营活动,一定要紧紧围绕企业的中心任务开展,对企业发展起到促进作用。民营企业也要站在讲大局的高度推动企业转型升级、提质增效,走创新驱动发展的道路,走依靠质量、品牌发展的道路。

第三,讲政治,就要履行社会责任,树立良好形象。企业获取经营效益的过程中,占用和消耗了大量社会资源和自然资源,有义务回报社会。民营企业有责任为社会和谐、民族复兴、人类幸福做出贡献。

徐伟新

中央党校原副校长

党建是企业发展重要动力

如何在现代企业治理结构中实现党的领导,发挥党的领导核心和政治核心作用,是一项重要课题。

坚持党的领导,加强党的建设,是国有企业的一个光荣传统,也是国有企业的根和魂,是我国国有企业的独特优势。长期以来,我们在国企党建方面关注比较多,探索也比较多。对国有企业而言,中国特色现代国有企业制度“特”就特在把党的领导融入公司治理各个环节,把党组织内嵌到公司治理结构之中,明确和落实党组织在公司的法人治理结构中的法定地位,做到组织落实、干部到位、职责明确、监督严格。

改革开放以来,我国非公有制经济不断发展。从上世纪80年代后期开始,我国非公企业党建工作逐步开展,在理论和实践上都不断探索。但也要看到,非公有制企业仍然属于党的建设工作的新领域。相对于国有企业,非公有制企业党建工作基础薄弱,必须以更大的工作力度扎扎实实地抓好。

我们在调研中也看到,那些重视和支持党建工作,把党建工作搞得红红火火的非公企业,生产经营绩效往往都会更好。实践表明,党的建设正是推动企业发展的重要动力之一。

尹成杰

国务院参事室特约研究员

切实加强非公企业党建

加强非公有制企业党的建设,是加强新时期党的建设、巩固党的执政地位的重大工程。非公有制企业是发展壮大社会主义市场经济的重要力量,非公有制企业的数量和作用决定非公有制企业在党建中的作用越来越重要。因此,必须以更大的力度、扎扎实实地抓好。

加强非公有制企业党的建设,是转变发展方式、实现转型升级的有力保障。企业面对的转变发展方式、转型升级等挑战,实质上就是企业发展方向问题,是企业如何处理与国家与社会与资源之间的利益关系问题。只有中国特色的现代企业制度与党的建设相结合,才能从根本上解决这一系列重要问题。

加强非公有制企业党建工作,是促进企业管理创新、技术创新的强大动力。党建工作具有无可比拟的政治优势。当前,我们强调促进实体经济的发展,加快企业改革创新步伐,都必须依靠和发挥企业党建工作的政治核心作用和政治导向作用。

加强非公有制企业党建工作,是实现全面从严治党的有效措施。全面从严治党迫切要求加强企业党的建设,必须切实推进非公企业党建工作,使全面从严治党不断走向深入。

(以上均为杨 澍整理)

本版编辑 栾笑语

邮箱 lilunzhiku@163.com

对培育建设国际消费中心的政策建议

王微 王青

国际消费中心是国际化大都市的核心功能之一,是一国乃至全球消费市场的制高点,全球消费资源的集聚地,具有强大的消费引领和带动作用。当前,我国经济社会发展正处于结构调整、动力转换的关键时期,培育和建设国际消费中心城市,是进一步扩大和提升消费、加快形成消费引领发展新格局的重要途径,也将为深化供给侧结构性改革、提高城镇化发展质量和培育全球竞争新优势提供有力支撑。

现存问题和障碍

一是商品和服务有效供给不足,大量消费流失境外。与消费升级的要求相比,我国现阶段改善型、享受型商品和服务的有效供给明显不足,而低端同质商品和服务供给相对过剩,导致大量中高端和新兴服务消费外流。2006年至2015年,我国出境旅游人群的境外消费年均增长33.7%,出境旅游消费额已位居世界第一。与境外消费形成鲜明反差的是,境外游客在我国境内消费额增长缓慢。这很大程度上反映出国内商品和服务还难以满足国际消费需求,导致境外游客消费意愿不强。

二是实现和集聚消费的基础设施存在“短板”。一方面,我国商业、旅游、文化娱乐、教育医疗、金融、信用体系等服务消费基础设施和配套设施相对薄弱,直接影响到消费体验。另一方面,各种消费行业之间、基础设施和商业之间的融合互动和衔接不足。例如,城市商务区、旅游景点、交通枢纽,与主要商业网点和商圈建设之间脱节的现象较为明显。

三是促进消费升级和创新面临体制机制障碍。首先,相关法律法规不健全。在新业态、新模式不断涌现的情况下,一些现行法律法规已不适应创新发展需要,或者在执行过程中存在配套法规不完善,与其他法律缺乏协调等问题。同时,网络诈骗、假冒伪劣、虚假宣传等问题依然存在,消费信息安全、金融支付安全、消费者权益保障等问题依然突出。

其次,标准体系建设滞后。与近年来服务业快速发展相比,服务标准体系建设

明显滞后,新兴行业标准缺失,现行服务标准和规范整体水平不高,可操作性不强,宣传力度不够等,也导致一些标准在实施过程中效果不明显。

再次,市场监管有待进一步改革。部分服务行业依然面临行政审批过多、相关限制性条件过严等问题。部分服务行业还存在垄断,民营资本进入文化、教育、医疗等新兴服务消费领域仍受到一定限制,很大程度上影响服务行业供给、结构和质量的提升。此外,重审批、轻监管的情况依然存在,有的部门或地方虽然加强了事中事后监管,但基于大数据的监管、社会共治的理念尚未形成,而政府部门之间的监管缺乏有效协调,也造成不少新的风险隐患和监管盲区。

此外,对外开放力度有待提高。在商品消费方面,与发达国家相比,中高端消费品进口关税、进口环节增值税和消费税相对较高;在服务消费方面,健康医疗、教育文化、休闲娱乐等消费服务行业的对外开放相对较慢,市场准入和投资的审批限制依然存在;在吸引国际消费方面,存在旅游签证等便利化水平不高,免签国家扩围速度较慢,国内不同城市之间出入境和边检信息互通水平较低,免税退税政策试点范围小等问题,难以吸引更多国际游客入境消费。

发展思路与政策建议

依据我国消费发展的新趋势和新要求,结合国际消费中心发展的国际经验,加快建设国际消费中心应紧紧围绕“增供给、补短板、优环境、促改革、建示范”推进。

一是强化“增供给”。积极扩大中高端消费品供给,鼓励跨境贸易、市场采购贸易、外贸综合服务企业等外贸新业态的融合发展,多渠道扩大中高端消费品进口,丰富国内消费市场的供给和促进国内消费品市场竞争,倒逼国内制造业转型升级、加快产品创新和品质提升,培育自主品牌和增强竞争力。

加快培育和发展新兴消费产业。结合信息化、绿色化、智能化、高端化、服务化等

消费发展新趋势,深入推动消费产品及服务差异化、个性化、定制化,重点培育以健康、美容、教育、培训、文化、体育、旅游为代表的新兴消费产业,促进国际消费中心产业结构加快调整升级。

促进消费领域互动融合和创新发展。特别是强化商品消费和服务消费间的融合互动,促进旅游、文化、购物、娱乐、健康、餐饮等行业之间的积聚和一体化发展,创新新业态和商业模式,打造多样化消费共同发展的良好生态,进一步提升国际消费中心的创新能力和综合吸引力。

二是重视“补短板”。合理规划和着力打造一批具有较强国内外影响力的新型消费商圈或商业街区,培育新型消费发展载体。通过加快引入新业态、新品牌、新商业模式,拓展新型消费产业和各类生活性服务业发展空间,强化消费中心城市买全球、卖全球的商业贸易功能,促进传统商圈向消费体验中心、休闲娱乐中心、文化时尚创意中心、产品和服务设计定制中心、消费业态和模式创新中心等新型发展载体转变。

加快提升国际消费中心基础设施水平。从大型城市内部,注重完善商业设施布局,加快建设高水平城市公共交通体系,提升城市信息化水平,特别是强化信息化在各类商业载体中的覆盖和应用。在区域和国家层面上,高度重视国际化综合交通枢纽建设和城际间的高铁及轨道交通发展,进一步增强国际消费中心与周边城市、全球各地消费中心城市之间的互联互通。

三是充分“优环境”。鼓励地方政府建立综合性执法机构,加大商品质量、食品安全、市场秩序综合监管和治理,依法严厉打击制假、售假行为,全面推进社会信用体系建设,为国内外消费者提供安全诚信的消费市场环境。同时加快提升城市的国际化环境,特别是语言环境,规范公共场所的外语标识,建立多语种的服务呼叫中心,并探索建立符合国际惯例的快捷消费纠纷处理、紧急医疗等救助机制。

四是发力“促改革”。进一步放宽健康医疗、整容美容、文化创意、休闲娱乐等新兴消费服务领域的市场准入,简化资质条

件和审批流程,打破垄断,重点鼓励民营资本投资。

完善有利于促进消费的税收政策。重点结合消费升级和吸引国际消费研究推进消费税改革,进一步降低中高端消费进口税负,加快海南等地免税政策的复制推广,扩大国际游客退税试点地区并进一步简化退税程序。

加强城市商圈改造和建设用地保障。将商圈打造、商业设施建设与城市功能调整、产业转型升级及城市更新统筹推进,积极探索利用城市更新、工业园区转型及集体土地等土地资源的新方式,进一步提高城市用地使用效率。

进一步提升服务业对外开放水平。重点加快健康医疗、教育文化、休闲娱乐等新兴消费服务领域的对外开放步伐,在国际消费中心城市加快试点探索国际通行的负面清单制度,鼓励外商投资消费服务领域。

提高国际消费便利化。在进一步简化、优化人员和货物出入境管理的基础上,积极扩大出入境信息共享;探索对游学、医疗、美容、庆典、老龄等特殊游客和人群提供入境签证便利化措施;提高邮轮母港的游客出入境管理便利化水平,为境外游客入境旅游消费提供条件。

建立适应服务业发展要求和体现消费实际情况的消费统计指标体系,特别是构建国际消费中心的衡量和发展指标,强化国际消费中心的分析、评估工作,增强地方政府发展服务业的积极性。

五是积极“建示范”。国际消费中心建设应从国家层面合理布局和统筹推进,可依托具备条件和基础的特大型消费城市开展创新试点。建议在东部经济发达地区选择1至2个国际化程度高、消费市场规模进入全球前列、消费创新引领能力较强的特大型城市或其消费经济比较发达的城区,作为建设国际消费中心的示范区或改革创新试验区,围绕体制机制、政策体系及发展载体建设等内容进行先行先试。在取得初步经验的基础上再复制推广,在更大范围推动消费新动能的形成。

(作者单位:国务院发展研究中心)