

面对经济运行稳中有变、变中有忧形势，专家建议——

释放消费潜力 谨防挤出效应

经济日报·中国经济网记者 林火灿

消费连续5年成为拉动中国经济增长第一动力。专家认为，“稳消费”对于宏观经济稳定和健康发展的重要性远大于“稳投资”。充分挖掘和释放消费潜力，促进形成强大国内市场，使消费成为中国经济行稳致远的重要支撑，已经成为当前紧要课题——

视点
中国新闻奖专栏

作为“三驾马车”之一，消费已经连续5年成为拉动中国经济增长第一动力。不过，自2018年下半年特别是第四季度以来，社会消费品零售总额同比增速明显换挡，引发部分人士对于“消费疲软”和“消费降级”的担忧。

2019年，我国经济运行稳中有变、变中有忧，外部环境复杂严峻，经济面临下行压力。在此形势下，充分挖掘和释放消费潜力，促进形成强大国内市场，使消费成为中国经济行稳致远的重要支撑，已经成为当前紧要课题。

消费市场承压

2018年，我国社会消费品零售总额38.1万亿元，比上年增长9.0%，增速比上年放缓1.2个百分点。消费对经济增长贡献率为76.2%，比上年提高18.6个百分点。

数据表明，尽管消费在拉动经济增长中的作用进一步突显，但随着经济发展过程中长期积累的矛盾和风险凸显，以及模仿型排浪式消费阶段基本结束，消费市场承压较大。

根据中央经济工作会议部署，2019年我国要促进形成强大国内市场。交通银行金融研究中心高级研究员刘学智认为，中央强调挖掘消费潜力，一方面是由于我国处于经济结构转型期，增长动能从投资向消费转型；而且随着城乡居民收入稳步增长，消费需求增长仍有较大空间。另一方面，当前消费运行也面临一些阻力和问题，社会消费品零售总额同比增速未来仍有进一步放缓压力。

“消费已经成为拉动经济增长的重要动力。如果消费需求减弱，将会给经济增长带来较为明显影响，也会影响就业和经济结构转型升级。”刘学智说，我国正在从外向型经济结构逐渐转为内向型经济，扩大需求的重点在于扩大内需。因此，挖掘消费潜力，持续扩大消费需求，将成为未来几年的重点任务之一。

京东数字科技副总裁、首席经济学家沈建光分析说，消费已连续5年成为经济增长第一动力，2018年最终消费支出对GDP增长贡献率达到了76.2%，因此扩大消费对于稳增长意义重大。考虑到2019年全球经济疲弱、贸易保护主义抬头情况等，进一步释放消费潜力，将成为应对经济下行压力的关键一招。

“‘稳消费’对于宏观经济稳定和健康发展的重要性远大于‘稳投资’。”中国人民大学中国宏观经济论坛课题组指出，自2016年中国固定资产名义增速低于GDP名义增速意味着“中国投资驱动模式”已经走到尽头，其背后核心原因在于储蓄率出现明显下滑，消费率出现明显上升。因此，无论从短期供求平衡还是增长的质量来看，宏观经济政策的调控重心必须从以往“稳投资”向“稳消费”

转移。

巩固消费能力

总的来看，2019年我国宏观政策将持续大力扩大内需，重要工作是促进消费增长。

交通银行此前发布的报告指出，随着消费促进政策释放效力，服务业开放程度提升，将为消费增长提供条件。促进开放、增加进口、提高消费者福利的政策频繁出台并不断释放效力，将对消费起到提振作用。下调和取消部分消费品进口关税，对整车和零部件进口关税大幅调降，通过扩大进口把消费端留在国内。个税改革稳步推进，降低个人所得税负担，将对消费起到积极作用。

值得注意的是，当前制约消费增长的因素同样较为突出。一是近年来居民按揭贷款快速增长导致居民部门杠杆水平上升，抑制居民的消费支出能力，形成挤出效应。二是房地产和汽车两大消费需求仍将受到基数及政策抑制。三是股票市场调整和理财产品收益率下降将影响居民财产性收入增长，不利于消费增长。

“当前的消费下滑由收入下滑、消费信贷收缩、财富效应缩水等多重因素驱动。未来还需从收入端增加居民的消费潜力，这恰恰需要加快落实结构性改革。”沈建光分析说，除降低居民个税以外，还应推动降低社保费率，在提升企业盈利的同时，稳定就业预期。同时，推进资本市场改革，将有助于增加居民财产性收入，提高居民消费能力。

“巩固中国3亿多中等收入群体的消费基础是工作的重点。”中国人民大学中国宏观经济论坛课题组认为，一是重视中等收入群体杠杆率过快上升，防止债务挤出效应；二是积极落实个税改革方案，减少工薪阶层的税收负担；三是加快降低社保费率，防止中等收入群体的可支配收入在改革调整中受到冲击；四是加大对中等收入群体公共服务均等化改革、提高中等收入群体公共服务的可获得性；五是制定对中等收入群体消费启动战略，特别是消费升级的促进战略；六是针对2019年中期可能出现的猪肉价格波动和收入波动，做好针对低收入群体的消费补贴预案，防止宏观经济波动对低收入群体的过度波及；七是相机落实“进口促进消费”政策，高端消费和畸形消费不宜过度放开。

专家还指出，要扩大消费，除巩固居民的消费能力外，还需要增强居民的消费意愿，提高社会保障水平。当前，应加快推进国资划转社保，弥补养老金缺口。同时，进一步扩大社保覆盖范围，这将有助于减少居民的心理负担，使其在消费时没有后顾之忧，“愿消费”“敢消费”。

当前制约消费增长的因素主要有



居民按揭贷款快速增长导致居民部门杠杆水平上升，抑制居民消费支出能力



房地产和汽车两大消费需求仍将受到基数及政策抑制



股票市场调整和理财产品收益率下降将影响居民财产性收入增长



提振农村消费

不久前，国家发展改革委会同有关部门共同研究制定了《进一步优化供给推动消费平稳增长 促进形成强大国内市场的实施方案(2019年)》。

这份方案旨在顺应居民消费升级大趋势，进一步优化供给，更好满足人民群众对美好生活的需要，促进形成强大国内市场。方案明确提出，将多措并举促进汽车消费特别是促进农村汽车更新换代；促进农村消费提质升级；促进家电产品更新换代。

“总的来看，这份方案提出的提振消费的措施，在个别领域与2008年的消费刺激政策‘形似而神异’。”沈建光分析说，在本轮提振消费方案中，明确提及挖掘农村网购和旅游消费潜力、建设消费基础设施等，同时明确提出支持汽车、家电等耐用品的农村消费，这说明鼓励农村消费仍是重点。

刘学智表示，过去的消费下乡政策主要是解决温饱型消费，也就是促进农村地区商品消费从无到有的过程。此次方案部署的鼓励农村消费，更多地体现了消费升级需要，是从有到好的过程，旨在促进提升消费品质。因此，把方案简单地理解为新一轮“家电下乡”“汽车下

乡”，有失偏颇。

不可否认的是，当前我国城镇消费水平已经显著改善，已经从消费增量阶段向存量阶段转变。农村消费潜力仍有待释放，目前还处在消费增量阶段。

在沈建光看来，农民缺乏财产权，可支配收入低，是制约农村消费的主要因素。因此，要扩大农村消费，除了加速完善基础设施以外，最关键在于考虑农民的财富收入增收问题；2019年加快农村土地改革落地，通过农村“三块地”改革赋予农民更多财产权利，进而提升农村居民可支配收入、带动农村消费，亦能真正做到“还富于民”。

刘学智建议，促进农村消费是一项系统工程，一是提升农村居民收入水平，深化收入分配改革，加大二次分配力度，缩小城乡收入差距，从根本上提升农村居民消费能力。二是加快建设农村社会保障体系，健全医疗保险、养老保险等基本保障制度，提升农村整体福利水平。三是加强农村基础设施建设，让农村地区具备消费增长的客观条件。四是因地制宜打造农村特色消费市场。挖掘农村旅游消费潜力，发展休闲农业、旅游度假产业、民俗民俗文化等。五是开展品牌营销，不能把城市淘汰的产品向农村倾销，而是要提升农村消费品质，缩小城乡消费市场差距。

春节期间，全国平均打车成功率仅为60%——

打车难卷土重来 多地松绑网约车

本报记者 陈静

新闻深一度

今年春节期间，全国平均打车成功率仅为60%，抽取31个省会和直辖市的出行数据显示，超过半数城市在2019年打车成功率有所下降

除了点对点的网约车和出租车服务之外，“打车难”还来自于夜间普通公共交通服务尚不充分，无法适应消费者需求

寒冷天气、雨雪交织、节日期间……诸多因素让广大北京市民在春节过后再次体会了一把“打车难”。

“叫车确实变难了！”在北京国贸中心上班的金明亮告诉本报记者，他平时上下班全靠网约车，“我们正月初十上班，之后没有一天叫车是顺畅的，我大约每天晚上11点下班，用滴滴快车，经常显示我前面有100多人在排队，滴滴快车最高能加价20元，哪怕加上上限依然没有车。”

叫不到网约车，黑车“死灰复燃”。职员陈俊表示，上周末他和朋友在三里屯聚餐，“晚上12点左右离开，街上只有不打表的出租车，从三里屯到青年路，打车最多40元，出租车张口就要100元，还不接受还价。”

来自滴滴的数据同样佐证了“打车难”。滴滴方面表示，在今年春节期间，全国平均打车成功率仅为60%，抽取31个省会和直辖市的出行数据显示，超过半数城市在2019年打车成功率有所下降。

如何破解“打车难”？专家认为，首先要看打车为什么难。网约车供给少是其中重要的原因之一。市场研究机构

中国电子商务研究中心分析师陈礼腾表示，随着各地网约车政策落地和执行越来越严格，滴滴也在向规格更严苛的出租车、专车方向发展，对司机的管控更严格。这让不少司机退出网约车行业。滴滴快车司机刘亮告诉本报记者，“现在北京网约车要求车辆必须有网约车运输证，但办了个证，车辆8年就强制报废，每年的保险还要1万多元，感觉太不划算了”。

中国信息通信研究院政策与经济研究所发布的网约车市场调查显示，截至2018年7月份，全国合规网约车数量是

17万，占网约车总量的0.54%；合规司机数量是34万，占司机总量的1.1%。不过，各地也在尝试为网约车“松绑”。

此外，出租车行业缺乏弹性价格机制，在安徽芜湖，去年6月份就对网约车管理实施细则作了修订，大幅度降低了网约车准入标准，车辆标准高于巡游出租车标准即可申请。今年春节后，郑州市交通运输局向150余辆网约车发放春运应急通行证，准许它们帮助疏散滞留乘客。

另一方面，更有弹性的价格机制和网约车产品也被视为缓解“潮汐效应”打车难的方式。中国人民大学国家发展与战略研

究院研究员马亮表示，网约车的重要创新之一就在于根据供需关系动态调控价格。比如，滴滴的春节服务费和平时早晚高峰的调价机制，就要激励司机多出车。但是，出租车作为公共交通服务的一部分，却无法使用这样弹性的价格机制。首汽约车CEO魏东也在接受采访时表示，在网约车的刺激下，传统出租车也许会迎来市场化运营和灵活定价模式。他还认为，“顺风车本身也是‘潮汐效应’的补充，可在相对时间和区域内解决供给不平衡，在充分解决安全隐患后，顺风车产品应该有重生的机会”。

在广大用户看来，除了点对点的网约车和出租车服务之外，“打车难”还来自于夜间普通公共交通服务尚不充分，无法适应消费者需求。“我在纽约读书的时候，就经常坐通宵运行的地铁，特别方便，后来出差去伦敦，也发现它有多条地铁线在周五周六两天通宵运营。在东京，如果遇上节日或者黄金周，地铁也是通宵运行的。但是，北京夜晚只有为数不多的几路公共汽车，如果有更加方便的普通公共交通，也就给大家提供了更多选择。”金明亮表示。

列入黑名单，还能修复信用吗

近日，2018年失信黑名单年度分析报告发布，报告显示，2018年新增限乘火车飞机处罚记录6959条。那么，目前全社会的信用意识如何？进入失信黑名单，将会面临什么处罚？本期主持人将网友具体解答。

问：目前我国社会信用建设进展如何？

主持人：当前，跨地区、跨部门、跨领域的失信联合惩戒机制持续推进。截至2018年底，各部门共签署联合惩戒合作备忘录51个，单个备忘录签署部门数量最多达到51家，各类联合惩戒措施增至100多项。慈善捐助领域、科研领域、涉电力领域、农民工权益领域于2018年度首次公开发布了黑名单。全国信用信息共享平台累计归集失信黑名单信息约1421万条。其中，2018年度新增409.64万条，涉及失信主体359.4万个。

问：进了失信黑名单，将受到什么惩罚？

主持人：相关部门依据联合惩戒备忘录，对依法列入黑名单各类主体实施多项联合惩戒措施。比如，限制参与招投标，限制参加政府采购活动，限制获得政府供应土地、政府性资金支持及商品进口关税配额分配，限制发行企业债券，等等。不仅如此，还可能被限制购买飞机票，限制购买高铁动车票，限制高消费，可谓“一处失信，处处受限”。

以大家最熟悉的限制乘坐火车飞机为例。2018年新增限制乘坐火车飞机处罚记录6959条，涉及当事人6908名。从列入原因看，近50%的当事人因随身携带或托运国家法律法规规定的危险品、违禁品、管制物品等被列入黑名单；16.18%的当事人因使用伪造、变造或冒用他人乘机身份证件等被列入黑名单。

问：被列入失信黑名单，还有机会修复信用吗？

主持人：当然可以。2017年11月份，国家发改委、央行联合发布的《关于加强和规范守信联合激励和失信联合惩戒对象名单管理工作的指导意见》提出，建立有利于自我纠错、主动自新的社会鼓励与关爱机制，鼓励黑名单主体通过主动纠正失信行为、消除不良社会影响等方式修复信用，认定部门(单位)可将信用修复情况作为黑名单退出的重要参考。

2018年退出失信黑名单主体共计217.52万个。开展联合惩戒以来，全国法院执行案件到位金额达4.4万亿元，累计有351万失信被执行人慑于信用惩戒主动履行法律义务，被执行人自动履约率提高；限制乘坐火车民用航空器特定严重违法失信黑名单中，已有92人通过主动补足相关票款、履行法律义务等途径移出黑名单。

(本期主持人 熊丽)



聚焦

产品粗劣 非法集资 挂靠招牌

直销审批进入“冰封期”

本报记者 姚进

继91家直销企业被集体约谈后，日前商务部已经暂停办理直销相关审批、备案等事项，正在积极会同相关职能部门开展保健市场整治工作，标志着直销行业正式进入“冰封期”。

“我们将全面梳理排查全国直销行业情况，加强直销企业管理，对发现的违法违规经营问题，将会同相关部门坚决依法依规处置，切实维护人民群众和广大消费者的利益。”商务部新闻发言人高峰近日表示。

“目前，市场上部分企业利用直销从事非法活动，导致直销行业乱象层出不穷。”北京市盈科律师事务所高级合伙人律师张大成在接受经济日报记者采访时表示，直销行业违法违规问题主要集中在无证经营、产品粗劣、以直销面纱掩盖非法集资目的、非法挂靠与直销牌照转让等方面。

实际上，直销是具有合法地位的，但直销的合法地位并不单纯取决于销售方式，核心点在于是否取得了国家许可，目前市场中打着直销旗号的企业不少，但并非都是合法直销。比如，计划申报直销尚未申请的“拟直销”和已经申报直销，尚未获批准的“准直销”均非合法直销，有些企业利用直销无需店面、无固定人员的特点，抱着“虽然违法，但无法查找”的心理打擦边球，企图抢先一步占领市场份额，实际已经涉嫌传销。

近年来，国内非法集资案件频发，个别直销公司也利用自身合法直销地位参与其中，借助直销无固定场所、无固定人员、可多层次销售的特点，以销售理财产品、包装上市等为噱头，公开吸收资金，承诺保本付息，从事非法集资勾当，破坏金融秩序。

高峰还表示，在清理整顿的基础上，将推动完善直销相关法规制度，与相关职能部门加强协调配合，严格规范市场准入，加快构建以信用为核心的直销行业监管体制，建立直销企业和主要从业人员信用黑名单制度，加大违法失信的成本，促进行业健康稳定发展。

同时，针对不同领域建立侧重点不同的监管机制也很必要。“直销行业中的企业经营范围或主打产品不同，可根据其产业性质分别对待。例如，排名靠前的直销企业中大多是以化妆品、保健品为主打的企业，这些产品的效果本身并不是很明显，需要长期使用才能有效，所以在对这些企业监管时应侧重产品质量、产品效果、宣传内容等方面；对于食品加工等企业则应侧重食品安全，应根据工商、税务、食品安全、司法等机关的职能建立快速查处监管机制。”张大成建议。此外，行业退出制度也须明确规范。

在张大成看来，直销行业的良性发展不能完全依赖立法。“市场信用对于直销行业的重要性超过一般企业，国家首批直销许可的授予在很大程度上是根据市场信用作出判断。因此，信用体系的建设对于直销行业就显得格外重要。”张大成说。