

学习贯彻中央经济工作会议精神

统筹好提升质量和做大总量的关系

张俊伟



首发经济 茶座

近来，“首发经济”成为热词，无论是在概念层面还是在实践层面，都备受瞩目。

首发经济是指企业发布新产品、推出新业态、新模式、新服务、新技术，开设首店等经济活动的总称，涵盖了企业从产品或服务的首次发布、首次展出到首次落地开设门店、首次设立研发中心，再到设立企业总部的链式发展全过程。作为首店经济、首店经济脱胎于首店经济，但其内涵更加丰富、领域更加广泛、特征更加鲜明。在范围上，已由最初的品牌首店扩展到零售、餐饮、娱乐、生活服务等多品类首店；在种类上，已由有形产品的首发和首店延伸到无形服务的首发和首秀等；在效果上，已由简单的门店开设拓展为多业态联动，形成围绕新产品、新业态、新模式以及首店和总部集聚的产业生态圈；在模式上，更加强调链式发展全过程，在获得短期效应基础上，还能构建起包括新品研发、发布、展示、推广以及销售等过程的完整体系网络；在层级上，包括全球首发、全国首发、区域首发、城市首发等；在特征上，具有时尚、品质、新潮等特点，更加符合消费升级趋势和高质量发展要求。

刘洪伟

综上所述，首发经济是一个地区商业活力、消费实力、创新能力、品牌形象、国际竞争力和开放程度的重要体现，在活跃市场氛围、打造市场品牌、促进消费增长、推动创新发展等方面都能发挥重要作用。

一是可有效促进消费领域的提升和量的增长。当前，有效需求不足是制约经济增长的重要因素。具体到消费领域，既有居民消费能力和意愿不足的原因，也有消费品的种类和质量跟不上消费需求的问题。新的数字化智能化产品仍供不应求，特别是科教文卫体等领域的新型服务产品还难以满足消费者在质量和数量上的巨大需求。博物馆、美术馆、音乐会、演唱会等经常出现一票难求的现象，健康、养老、医疗、教育等服务的供给也存在短缺。积极推进首发经济，能够推出一系列新产品、新服务，催生新业态，丰富新场景，顺应不断升级的个性化、多样化、体验化消费发展趋势，及时获得消费者反馈，形成供给与需求的正反馈循环，能够充分挖掘、激发、释放中高收入群体的消费潜力。

二是有利于提升中国产品和服务的国际影响力。“走出去”是促进企业需求增长的重要抓手。我国出口稳步增长，出口数量和增速都表现较好，但目前仍然主要依靠数量竞争策略，加快转向质量竞争策略特别是转向品牌竞争策略是未来发展的主要趋势。我国拥有超大规模市场优势，随着消费升级态势和企业创新发展需求，创造知名品牌的品牌能力也在增强。首发经济以其广泛的受关注度和影响力，可以成为推动形成中国知名品牌的重要抓手。可引导我国企业在全中国范围内的国际化城市如北京、上海、广州、深圳、纽约、伦敦、东京、巴黎、柏林等推出首店、首发和首展，同时在国内重大商品和服务展销平台如中国国际进口博览会等设立首展，提高中国品牌的国际知名度。

三是能有力推动技术创新和产业创新。首发经济能够通过首店、首发、首秀、首演、首场、首展等方式，推动新产品、新服务、新业态、新技术正在加速成熟和应用，许多产品和服务在首展和首发环节就形成了广泛影响力，进而引发相关企业关注并开展进一步创新研发。许多产品和服务都是通过首发迅速获得市场关注并被人们所熟知的，例如，人工智能大语言模型由ChatGPT的发布而迅速被人们了解和应用，智能手机也因为苹果公司的发布会而被全球用户熟知并迅速占领全球市场。因此，需进一步用好用足推进首发经济的契机，以点带面，通过首发经济牵引的产业链溢出效应带动上下游产业及相关领域创新发展，进而推动整个产业链条的升级改造。

积极推动首发经济，需充分利用新媒体的传播优势进一步提高影响力，保障并完善配套设施供给如经营场所、商业服务设施等，搭建更多国内外品牌首发首秀平台。还可将首发经济与城市发展结合起来，形成规模效应；与产业链供应链发展结合起来，提高首发经济对上下游资源要素的配置能力，形成集采购、展示、销售、研发、设计、推广、结算、物流及售后服务于一体的商业产业链，将首发经济的重要作用充分发挥出来。

(作者系中国社会科学院经济研究所副研究员)



在推动经济社会发展的实践中，我们党不断深化对经济工作的规律性认识。此次中央经济工作会议的一个重大理论成果，就是五个“必须统筹”：必须统筹好有效市场和有为政府的关系，必须统筹好总供给和总需求的关系，必须统筹好培育新动能和更新旧动能的关系，必须统筹好做优增量和盘活存量的关系，必须统筹好提升质量和做大总量的关系。这既是认识论也是方法论。其中，必须统筹好提升质量和做大总量的关系，是扎实推动高质量发展、夯实中国式现代化物质基础的现实要求。

两者统一于高质量发展实践

提升质量和做大总量是有机统一的。离开了质量的持续提升，经济发展就有可能退回到传统发展模式，高质量根本无从谈起。离开了总量的不断做大，经济发展的高质量就难以得到充分展现，甚至会因为经济增长速度不足而影响发展质量的提升。提高经济发展的质量，通常与实施重大战略、重大规划、重大政策密切相关，多采用中长期分析视角；做大经济总量则通常与完善宏观调控、强化逆周期调节密切相关，多采用短期分析视角。从长期看，提升质量和做大总量是一致的。例如，培育和发展新质生产力，有助于延长产业链、加快产业结构升级，进而有利于发国内需潜力、拓展增长空间。而在短期内，两者也可能出现摩擦。例如，推动绿色低碳转型发展需加大环境保护力度，更高更严的要求在短期内会对“两高一资”行业造成“发展阵痛”。但总体上看，提升质量和做大总量相辅相成，两者统一于推动高质量发展的实践中。

从提升质量的视角看，高质量发展是因应我国社会主要矛盾变化而作出的必然选择。从国内情况出发，经过几十年改革开放，经济社会面貌发生深刻变化，人民的美好生活需要日益广泛，不仅对物质文化生活提出更高要求，而且在民主、法治、公平、正义、安全、环境等方面的要求也日益增长。现实存在的发展不平衡、不充分已成为制约人民实现美好生活的主要因素，城乡区域之间的发展不平衡就是一个典型体现。从国际环境出发，新一轮科技革命方兴未艾，世界主要大国围绕科技制高点、战略性新兴产业的争夺日益激烈，全球产业链、创新链加速重构，为我国经济社会发展带来诸多挑战。国内外的变化要求切实转变发展方式，推动质量变革、效率变革、动力变革，实现更高质量、更有效率、更加公平、更可持续、更为安全的发展。

从做大总量的视角看，现阶段我国具备实现经济较快增长的条件和可能。就发展潜力而言，我国工业化、城镇化的任务尚未完成，城乡区域发展依然不平衡，整体尚未

跨入高收入国家行列，发展空间依然广阔。就发展条件而言，我国拥有超大规模国内市场，回旋余地大；已形成完备的产业体系，我国是全球唯一拥有联合国产业分类目录中所有工业门类的国家，大部分产品在国内就可以实现全产业链配套，发展韧性和抗冲击能力强；具备大量供给高素质劳动力的能力，科技创新成果持续涌现，截至2024年10月底，国内有效发明专利拥有量达466万件；以人工智能、量子计算、生物科技为代表的新兴产业突飞猛进，新的增长优势正在形成。这些因素决定了我国拥有实现较快增长的现实基础。

当前，推动高质量发展面临不少困难和挑战，主要是国内需求不足、部分企业经营困难、群众就业增收面临压力、风险隐患仍然较多，集中表现为经济下行压力加大。必须高度重视“稳增长”工作，持续做大经济总量。

在“稳增长”的诸多选项中，首要的一项任务就是锚定全方位扩大国内需求来大力提振消费、提高投资效益。需在提升消费能力、意愿和层级上发力加码，坚持就业优先，多渠道增加就业，推动中低收入群体增收减负，适当提高退休人员基本养老金，提高城乡居民基础养老金，提高城乡低保、特困救助补助标准。注重创新多元化消费场景，加力扩围实施消费品以旧换新，带动新能源汽车、绿色智能家电、大件家具的消费，积极扩大服务消费，促进居民消费结构升级。同时着力扩大有效益的投资，改善营商环境，激发民间投资活力；适度增加中央预算内投资，更大力度支持“两重”项目；加强财政与金融的配合，以政府投资有效带动社会投资。

稳外贸、稳外资也是“稳增长”的重要选项。需深耕东盟、拉美和非洲等市场，积极发展服务贸易、绿色贸易、数字贸易；深化外商投资促进体制机制改革，持续打造“投资中国”品牌，以外商直接投资带动出口增长；高质量共建“一带一路”，以对外直接投资带动国内优势产品出口。

做好“稳增长”工作，还需改善宏观调控、加大逆周期调节力度。面对经济下行压力加大的情况，今后一个时期必须实施更加积极的财政政策和适度宽松的货币政策。提高财政赤字率，加大财政支出强度，确保财政政策持续用力、加力。上文提到的许多扩大内需措施都和增加财政支出密切相关。适时降准降息，保持流动性充裕，使社会融资规模、货币供应量增长同经济增长、价格总水平预期目标相匹配，探索拓展中央银行宏观审慎与金融稳定功能，积极创新金融工具，维护金融市场稳定。此外，还需加强财政、货币、就业、产业等政策和改革开放

举措的协调配合，打好政策“组合拳”，放大政策组合效果。

改革牵引“提质量”

无论是解决当前发展中存在的难点问题，还是形成新型生产关系以更好适应新质生产力发展，都需要向改革要动力要活力。以进一步全面深化改革理顺各方面关系、各领域体制机制，提升经济发展质量。当前的一个重要着力点，就是发挥经济体制改革牵引作用，推动标志性改革举措落地见效。

制定全国统一大市场建设指引，能为创新创业活动打造广阔的发展空间，充分发挥我国超大规模市场优势。需推动市场基础制度规则统一、市场监管公平统一、市场设施高标准联通，强化反垄断和反不正当竞争，完善要素市场制度和规则，规范地方招商引资法规制度，严格规范涉企行政检查，提高依法行政水平。

加快建设现代化产业体系，能为更好培育和发展新质生产力提供坚实载体。必须持续加强关键共性技术、前沿引领技术、现代工程技术、颠覆性技术创新，加强新领域新赛道制度供给，建立未来产业投入增长机制。

健全绿色低碳发展机制，能为加快经济社会发展全面绿色转型提供重要助力，提升经济发展的“含金量”“含绿量”。不但需要更好实施支持绿色低碳发展的财税、金融、投资、价格政策和标准体系，进一步优化政府绿色采购政策，完善绿色税制，而且要有针对性地加快规划建设新型能源体系，推动从能耗双控向碳排放双控全面转型。

处理好政府和市场的关系，是经济体制改革的核心问题。既要有“有效市场”，也要有“有为政府”，更要通过两者的有机结合实现经济整体效能的最大化。党的二十届三中全会就构建高水平社会主义市场经济体制作出系统部署，直接指向充分发挥市场在资源配置中的决定性作用，更好发挥政府作

注入强劲持久动能。

新时代以来，我国城乡居民收入稳步提升。特别是随着打赢脱贫攻坚战、全面建成小康社会、全面推进乡村振兴，农村居民收入增速快于城镇居民，消费需求有效释放，市场规模不断扩大，消费结构不断升级。同时现代流通体系建设稳步推进，现代化、多层次流通网络体系不断完善，流通服务在效率提升、成本降低、竞争力增强等方面取得实质性进展，使消费在经济社会发展中的基础性作用得到持续巩固和增强。近两年，随着疫情防控转段后经济恢复发展，扩大居民消费的长效机制不断完善，有利于消费增长的积极因素加快积累，消费在经济增长中的“主引擎”和“稳定器”功能更加凸显。

消费要实现持续回升向好，仍然面临一些突出短板和关键制约。例如，相较于一些发达经济体，我国消费率仍然不高，尤其是服务消费占比较低；中低收入群体增收减负压力较大，提升居民消费能力、意愿和层级还有难度；城乡之间、不同区域的消费市场发展仍不平衡，消费条件改善与消费环境优化仍存在较大空间；消费和投资形成良性循环仍存在诸多堵点、卡点，等等。

但更要看到，随着经济转向高质量发展阶段，消费需求呈现出一系列新趋势，逐渐转向品质化个性化消费、转向满足发展享受和对生态环境友好的需要、转向以服务型消费为主，为持续推动消费扩大创造了新的机遇和条件。具体表现为数字消费、绿色消费、健康消费、养老消费、共享消费等新型消费形态持续涌现。在数字消费方面，人工智能、大数据、物联网等新技术提供了大量前所未有的消费品，社交电商、直播带货、社区团购等新

型消费方式大大拓展了消费空间。数字消费呈现出个性化定制、智能化服务、智慧便捷购物方式等特征。在绿色消费方面，涉及汽车、家电、食品、服装、住宅、能源等多个领域，不仅市场多元化趋势明显，而且蕴含着提质扩容的巨大潜力。在健康消费方面，人们更加崇尚自然、追求健康生活，冰雪运动、休闲度假、文化旅游等消费快速增长。在养老消费方面，适应人口老龄化、少子化趋势，家政、医疗、照护等养老服务消费需求蕴含着较大增长潜力。在共享消费方面，以在线外卖、网约车、共享住宿等为代表，依托互联网的长时效渗透力，以实惠的使用权价格给居民提供了生活便利，以较低的供需匹配成本为供方创造了更多收益机会，展示出消费变革的新图景。

立足现有条件大力提振消费，需进一步适应发展趋势，加大改革力度，重点突破关键问题，促进消费扩容提质，支持内需全方位扩大。一方面，大力发展智慧超市、智慧零售、智慧餐厅、智慧家政等消费新业态，拓宽服务消费空间。考虑放宽中高端医疗、休闲度假、文化旅游、养老等服务消费准入限制和价格限制。着力打造首发经济、冰雪经济生态圈，提升服务消费能级。适当延长绿色消费品以旧换新政策支持期限。另一方面，围绕提高中低收入群体收入，着力增加城市工薪阶层、外来务工人员等的人力资本投入，提高科研人员成果转化收益分享比例，形成向普通劳动者倾斜，以及充分体现知识、技术价值的收入分配机制。提高粮食主产区农民收入，加大对特困人员、孤儿等困难群众的生活补助，促使城乡消费均衡发展。

(作者系中国国际经济交流中心研究员)

以提振消费为重点扩大国内需求

蔡鲁明

生产在市场经济中的一种表现形式。消费通过供需矛盾对经济发展产生短期和中长期双重作用。从短期看，居民的消费支出会对经济增长产生直接贡献，这种支出同时又会成为企业的收入而产生投资，间接拉动经济增长。从中长期看，消费作为内需的重要组成部分，通过自身变革以及为产品的生产供应提供广阔最终需求空间和创新要求，能有力推动供需实现动态平衡。因此，消费是推动供需结构转换、保障社会再生产和经济循环的决定性因素。

当前，外部环境变化带来的不利影响正在加深，我国扩大出口的难度持续加大。在外需不确定性上升的情况下，更加注重推动内需特别是消费需求的增长，是畅通国内经济循环、提升抵御风险能力、增强经济发展自主性的关键所在。从国内看，我国经济运行面临国内有效需求不足、重点领域风险隐患仍然较多、新旧动能接续转换存在阵痛与摩擦、群众就业增收预期偏弱等问题。大力提振消费，发挥消费的经济增长“压舱石”作用，提升内需在经济循环中的主动力作用，将为解决这些问题提供有力支撑。一方面，通过扩大消费改善预期，激发经营主体内在活力，把潜在需求释放出来，促其转变为有支付能力的现实需求，将形成稳定国内各区域市场、有序化解风险、拉动经济增长与增加就业的强大基础动力。另一方面，利用超大规模消费市场优势，为更多更加符合消费者需求的产品和服务开拓市场空间，将促使居民消费升级与企业技术进步、品牌创建、服务提质增效等相互耦合，推动供需实现在更高层次上的动态平衡，为助力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

注入强劲持久动能。

新时代以来，我国城乡居民收入稳步提升。特别是随着打赢脱贫攻坚战、全面建成小康社会、全面推进乡村振兴，农村居民收入增速快于城镇居民，消费需求有效释放，市场规模不断扩大，消费结构不断升级。同时现代流通体系建设稳步推进，现代化、多层次流通网络体系不断完善，流通服务在效率提升、成本降低、竞争力增强等方面取得实质性进展，使消费在经济社会发展中的基础性作用得到持续巩固和增强。近两年，随着疫情防控转段后经济恢复发展，扩大居民消费的长效机制不断完善，有利于消费增长的积极因素加快积累，消费在经济增长中的“主引擎”和“稳定器”功能更加凸显。

消费要实现持续回升向好，仍然面临一些突出短板和关键制约。例如，相较于一些发达经济体，我国消费率仍然不高，尤其是服务消费占比较低；中低收入群体增收减负压力较大，提升居民消费能力、意愿和层级还有难度；城乡之间、不同区域的消费市场发展仍不平衡，消费条件改善与消费环境优化仍存在较大空间；消费和投资形成良性循环仍存在诸多堵点、卡点，等等。

立足现有条件大力提振消费，需进一步适应发展趋势，加大改革力度，重点突破关键问题，促进消费扩容提质，支持内需全方位扩大。一方面，大力发展智慧超市、智慧零售、智慧餐厅、智慧家政等消费新业态，拓宽服务消费空间。考虑放宽中高端医疗、休闲度假、文化旅游、养老等服务消费准入限制和价格限制。着力打造首发经济、冰雪经济生态圈，提升服务消费能级。适当延长绿色消费品以旧换新政策支持期限。另一方面，围绕提高中低收入群体收入，着力增加城市工薪阶层、外来务工人员等的人力资本投入，提高科研人员成果转化收益分享比例，形成向普通劳动者倾斜，以及充分体现知识、技术价值的收入分配机制。提高粮食主产区农民收入，加大对特困人员、孤儿等困难群众的生活补助，促使城乡消费均衡发展。

(作者系中国国际经济交流中心研究员)



中央经济工作会议将“大力提振消费、提高投资效益，全方位扩大国内需求”作为做好经济工作的重点任务之一，对解决国内有效需求不足问题提出了一系列务实举措，为进一步增强消费基础性作用提供了指引。

消费是人们为了满足自身生存、发展和享受需要而消耗物质文化生活资料的过程，无时无刻不在发生。生存、发展和享受需要是促使人们进行各种经济活动的原初动机。作为一种客观存在的社会经济活动，消费是对这些需要的直接满足，消费水平反映出人们对这些需要的满足程度。因此，消费在国民经济中处于基础性地位。消费还是社会再生产的一个重要环节。消费作为物质文化生活资料的消耗，因其关系到社会总产品的最终实现，而成为社会再生产得以循环延续的决定性因素。社会再生产中的生产、分配、交换环节都需以消费为终极目的和根本驱动力。在市场经济条件下，生产形成供给，分配和消费形成需求，交换形成供需对接的手段，因此，供需成为社会再