

“十五五”新蓝图·新机遇

“扩大内需”如何为消费注入新动能?

从“会思考”的智能家居走进千家万户到承载中式美学的服饰成为市场新宠,从品牌对非遗面料的匠心坚守到AI技术营造“身临其境”的远程体验……这些出现在“十四五”收官之年的消费图景,是我国市场活力的具象缩影。

党的二十届四中全会提出,坚持扩大内需这个战略基点。

专家表示,强大国内市场是中国式现代化的战略依托。新发展阶段,由品质升级、文化认同与科技创新共同驱动的消费浪潮,将持续重构我国消费市场的内在逻辑与增长路径,为经济社会高质量发展注入持久动能。

商品消费扩容升级,品质变革纵深推进

“以新需求引领新供给,以新供给创造新需求”……党的二十届四中全会在扩大内需方面作出重要部署。

在政策引领与市场驱动的双重作用下,品质升级有望成为“十五五”时期消费增长的主旋律。

在北京苏宁易购中塔Max店,消费者刘先生向记者展示他计划购买的智能冰箱。“这款冰箱能根据食材新鲜度自动调整保鲜模式,还能通过手机提醒我购买即将用完的食材。”这款“会思考”的冰箱,是当前家电消费从功能型向品质型跃升的生动缩影。

数据印证了这一趋势。淘宝天猫数据显示,今年“双11”开卖首小时,80个品牌成交额破亿元;家电家居迎来大规模焕新消费,品质化、健康化、智能化趋势凸显。苏宁易购数据显示,今年国庆假期,苏宁易购Max店的万元以上家电销售同比增长73%。

“消费者在选购商品时,倾向于优质产品和品牌商品的趋势正在增强。”中山大学副教授、北京大学数字金融研究中心特约研究员纪洋表示。

国研新经济研究院创始院长朱克力认为,“十五五”时期,商品消费将呈现品质化与个性化双轮驱动特征。“消费者需求正从‘能用’转向‘好用’,智能家居、健康监测设备等科技型商品将成为主流。”

为回应消费者对品质的更高期待,一场“品

质变革”正向供应链纵深推进。例如,宠粮品牌TOPTREES领先运营经理严卓敏表示,该品牌正从研发与运营两端同步推动品质升级。“我们一方面加大研发投入,提升产品品质;另一方面,通过提升主播专业能力、展示第三方检测报告、实地呈现生产车间等方式,系统性地建立用户信任。企业未来还将加大原料溯源、工厂探访等供应链的联动,进一步夯实与消费者的信任纽带。”

与此同时,科技手段推动消费体验升级。美的集团武汉直播基地负责人陈丽萍说,通过AI滤镜工具,消费者可在手机端直观预览家电在自家空间的摆放效果。“比如,新中式家装的用户担心冰箱和家里风格不协调,透过滤镜即可模拟实景,达到近乎现场的体验感。”

服务消费快速增长,结构转型步伐加快

国家发展改革委主任郑栅洁表示,我国扩大内需既有空间,又有潜力。坚持惠民生和促消费、投资于物和投资于人紧密结合,深入实施提振消费专项行动,扩大服务消费,推动商品消费扩容升级等举措,将全方位扩大国内需求。

国家统计局数据显示,今年前9个月,我国服务零售额同比增长5.2%,比同期商品零售额增速高0.6个百分点,显示消费驱动内核正从“买商品”向“享服务”转变。

中国财政科学研究院宏观经济研究中心主任石英华表示,我国消费结构逐步转向商品与服务并重,且服务消费增速持续加快。在当前背景下,要抓好和扩大服务消费,其潜力和空间巨大。

朱克力提出,服务消费快速增长的重要动力来自人口结构变迁与技术渗透。“比如,老龄化社会催生银发经济,适老化改造、远程医疗等服务需求激增。“Z世代”群体则推动体验式消费升级,剧本杀、密室逃脱等沉浸式娱乐持续创新,结合AR技术打造虚实融合的社交空间。”

服务消费已成为多地经济发展的重要引擎。江苏的“苏超”联赛带动多业态融合增长。江苏省商务厅数据显示,在“苏超”前六轮比赛期间,线下监测的旅游、出行、餐饮、住宿、体育场景合计实现服务营业收入379.6亿元。

多地正积极将服务消费培育为新的增长点。海口市推出激励政策,对主办单位引进的高品质大型演唱会、音乐节,一次性给予30万至500万元不等的奖励;广东省明确支持各地申办高规格国际赛事,并对顶级电竞赛事落地给予相应资助。

消费新场景持续涌现,情感链接与文化认同构建增长新引擎

在商品与服务消费稳步升级的同时,以情感链接与文化认同为核心的新消费场景加速形成,成为拓展内需空间、丰富消费生态的重要力量。

情感消费场景快速拓展,折射出年轻群体从“功能满足”向“情绪共鸣”的消费动机变迁。淘宝天猫数据显示,今年“双11”开卖以来,以二次元IP为代表的的情绪类消费热度显著攀升。截至目前,盲盒、游戏周边产品周环比增速均超100%,漫画周边产品增速超80%,显示出情感链接正在重塑消费选择逻辑。

“当前,产品的情绪价值正显著影响消费决策。”山东益好定制品牌管理有限公司电商总监杨秀杰表示,其团队设计的丑萌“无边抱枕”和带有调侃语气的“打工人工牌”均为爆款。“这些具有独特外观和幽默元素的产品,为消费者提供了情感慰藉,也反映出年轻一代在消费中寻求身份认同与情绪表达的新特征。”

与此同时,文化赋能型消费场景持续升温。传统美学与现代设计的融合,为产品注入差异化竞争力,推动国潮从风格符号升华为价值认同。

服饰品牌栖香锦主理人刘洋介绍说,品牌在创立之初便选用非遗香云纱作为核心面料,并邀请香云纱染整技艺传承人参与工艺研发,力求在当代设计中呈现东方美学精髓。“顾客对品牌的认可,使我们更加坚信消费者选择的不仅是一件衣服,更是一段可触摸的传统文化。”

朱克力提出,以情感链接与文化认同为核心的新消费场景,正在深度重构消费生态价值链。国潮消费的持续深化,正是文化自信转化为商业价值的生动体现。“年轻一代对传统文化的创新表达产生共鸣;企业亦告别了对文化符号的简单复制,将传统工艺与现代设计有机融合,共同推动国潮从‘现象级’走向‘常态化’。” (据新华网)

内需战略再升级 『民生导向』激活大市场新红利

从支持高质量户外运动目的地建设到完善免税店政策,实施城市商业提质行动,部委层面数日内接连出台扩内需相关新举措;企业也瞄准教育、养老、医疗、文旅等重点领域,纷纷加码布局,抢抓新机遇……随着党的二十届四中全会绘就“十五五”发展新蓝图,新阶段扩内需的施工图也正全面铺开。

全会审议通过的《中共中央关于制定国民经济和社会发展第十五个五年规划的建议》(以下简称《建议》)将“坚持扩大内需”置于关键位置,明确要求“坚持惠民生和促消费、投资于物和投资于人紧密结合”“增强国内大循环内生动力和可靠性”。这一战略升级,正为超大规模市场注入源源不断的活力,也将催生出多个万亿级的行业空间。

明确战略基点 “民生”成重要关键词

民生为本,内需战略持续升级。在国务院发展研究中心市场经济研究所市场流通研究室主任陈丽芬看来,“十五五”时期,扩大内需被确立为战略基点,具有增强国内大循环和经济增长内生动力的关键作用。“‘惠民生’与‘促消费’紧密结合、强调‘物’与‘人’并重,通过夯实民生基础来提升居民消费能力和意愿,标志着我国扩大内需进入更注重质量和结构的新阶段。”

既着眼民生保障,又注重消费升级需求,《建议》为我国扩内需提供了指引。“这既是加快国内大循环战略布局的需要,也是满足消费升级、推动创新和高质量发展的要求。”“十五五”时期,更加强调投资和消费的相互带动,有助于缓和当前有效需求不足、消费升级与高质量供给不匹配等问题带来的供需结构性失衡。”中诚信国际研究院院长袁海霞说。

具体来看,在提振消费方面,《建议》提出,“扩大优质消费品和服务供给”“打造一批带动面广、显示度高的消费新场景”“加大直达消费者的普惠政策力度”“增加政府资金用于民生保障支出”等。

在扩大有效投资方面,《建议》明确“保持投资合理增长,提高投资效益”,特别强调提高民生类政府投资比重,完善基础设施和公共服务设施布局,加强人力资源开发和人的全面发展投资。

消费投资互促 超大规模市场优势凸显

方向既明,落实为要。据悉,国家发展改革委近期发布了首批高质量户外运动目的地建设地区名单,将用好各类中央资金支持配套公共服务设施建设,推动户外运动与旅游、文化、康养等产业深度融合。

商务部等5部门联合出台《城市商业提质行动方案》,谋划城市商业发展蓝图。其中,对完善养老托育等基本业态作出具体部署。事实上,近年来相关部门已经在

106个社区开展完整社区建设试点,改造养老、托育、便利店等各类服务设施2200余个,为群众生活提供了便利。

关注基本民生保障的同时,消费升级需求也成为关注重点。推动老旧街区、老旧厂区功能转换、业态升级、活力提升,丰富商业业态;着眼数字经济与实体经济融合、商旅文体健融合、国内国际融合,让步行街(商圈)成为城市商业创新转型的前沿阵地等也成为接下来城市商业提质行动的重点。

中金宏观分析团队指出,“惠民生和促消费”紧密结合,或更多指向民生社保领域,例如教育、养老、医疗、生育、养育等。

其中,随着“医疗+养老”深度融合、科技赋能智慧养老,银发经济新业态正加速涌现。据中国人民大学最新发布的《银发经济产业与养老行业报告》预测,到2030年,养老产业规模预计将突破10万亿元,形成覆盖居家、社区、机构的全场景服务生态。

企业积极布局 民生领域成投资热土

面对新机遇,敏锐的企业家们已开始积极布局。这些天,58同城董事长兼CEO姚劲波正在抓紧谋划进一步拓展业务布局,在他看来,“十五五”规划将“惠民生”与“促消费”紧密结合,蕴含巨大市场。

“养老和育幼不仅是千家万户的民生焦点,更是充满潜力的‘新蓝海’。接下来,我们将积极联动各方资源,大力推广家政、养老、育婴等领域的职业技能培训,并通过数字化工具提升整个行业的运行效率和透明度。”姚劲波说。

苏商集团则将目光投向文旅、物流等产业投资。从特色民宿、高档酒店到旅居地产、康养地产,苏商集团动作不断。苏商集团董事局主席严昕说,“传统基建正在向城市综合运营迈进,我们将在更多领域进行探索和布局。我们将进一步扩大文旅投资,采用智能化技术提升项目质量,同时纵深推进产业融合,构建‘文旅+’全产业链。”

“我们另一个重点关注领域是现代物流体系。面向‘十五五’,我国将打造更具韧性的现代物流系统,这将给企业带来重大机遇。我们将发挥主业优势,重点关注、积极参与交通路网、机场、港口、物流园区、智慧仓储等领域建设。”严昕说。

在政策和市场的协同推进下,一个以民生为导向、供需互促的建设新图景正在徐徐展开。这其中,既有银发经济的“蓝海”待掘,又有文旅消费的“热土”可耕,勾勒着幸福生活画卷,也激活了巨大的内需市场活力。

在东方金诚首席宏观分析师王青看来,“十五五”时期我国将持续推动经济增长动能转换,更多发挥消费对经济增长的基础性拉动作用,同时强调投资于物和投资于人紧密结合。“这也能让更多群众直接体验到经济增长带来的物质文化成果。”

正如业内专家所言,当14亿多人口的民生改善与扩大内需同频共振,中国市场的巨大潜力将如春潮涌动,为经济高质量发展注入持久动力。(据《经济参考报》)

以新需求引领新供给 以新供给创造新需求

党的二十届四中全会对“十五五”时期经济社会发展作出顶层设计和战略谋划,对建设强大国内市场,加快构建新发展格局作出重大部署,提出“以新需求引领新供给,以新供给创造新需求”,具有很强的指导意义。

大国经济都是以内需为主导,市场是当今世界的稀缺资源,强大的国内市场是中国现代化的战略依托。数据显示,“十四五”时期,我国社会消费品零售总额从2020年的39.1万亿元提升到2024年的48.3万亿元,年均增长5.5%,全球第二大消费市场的地位更加稳固。在国际环境复杂多变的情况下,我国经济保持年均5.5%的增长速度,内需对经济增长的平均贡献率达到86.4%,功不可没。这充分表明,没有强大的国内市场,就没有稳定向好的中国经济。我国拥有超大规模且极具增长潜力的国内市场,内需始终是中国经济发展的主动力和稳定锚。

“十五五”时期,我国发展战略机遇和风险挑战并存,不确定难预料因素明显增多。外部环境越是严峻复杂,越要牢牢把握构建新发展格局这个战略任务,坚持扩大内需这个战略基点,以国内大循环的稳定性有效应对外部环境的不确定性。我

国拥有14亿多人口、拥有全球最大规模中等收入群体,人均国内生产总值超1.3万美元,超大规模市场潜力巨大,消费扩容升级蕴含重大机遇。进入物质型消费社会向服务型消费社会跨越的关键时期,我国居民人均服务消费占消费支出比重为46.1%,与发达国家相比仍有较大提升空间。从大力推进城市更新行动,到扎实推进乡村振兴,再到稳步提升民生保障水平,都将持续释放消费潜力。

建设强大国内市场的过程,也是新需求牵引新供给、新供给创造新需求的过程。以新能源汽车为例。近年来,我国抢抓汽车电动化、智能化发展的机遇,以科技创新显著提升了产品的质量性能和产业整体竞争力,新能源汽车产量从2020年的140万辆左右跃升到2024年的1300多万辆。与此同时,得益于绿色低碳理念的深入人心,绿色生活方式成为社会新风尚,新能源汽车得到更多消费者的青睐。2024年,全国新能源汽车保有量达到3140万辆,比“十三五”末的492万辆增长5倍多。聚焦人民群众对高品质生活的需要,适应消费升级大趋势,依靠技术突破、场景创新、品质升级,开辟新的消费“蓝海”,就能为经济发展注入强劲动能。

如何促进消费和投资、供给和需求良性互动?关键要拓展增量、提升效益、畅通循环。一方面要坚持惠民生和促消费、投资于物和投资于人紧密结合,全方位扩大国内需求。比如,推动大规模设备更新和消费品以旧换新,促进了供需关系的“循环向新”,激发消费市场的活力,也带动了产业转型升级,2025年以旧换新已带动商品销售额超过1.7万亿元。另一方面要破除卡点堵点,纵深推进全国统一大市场建设,清理汽车、住房等消费不合理限制性措施,消除要素获取、资质认定、招标投标、政府采购等方面壁垒,综合整治“内卷式”竞争,充分释放我国超大规模市场红利。

当前,我国人民生活水平持续改善,对美好生活的需要也水涨船高,消费升级趋势明显。我国产业规模效应和全产业链优势持续凸显,高端化、智能化、绿色化加快推进。统筹好总供给和总需求的关系,通过增收减负提升消费能力,完善消费基础设施,让居民“能消费、敢消费、愿消费”,以新质生产力培育为抓手,推动技术创新、产品创新、模式创新,增强供给对需求的适应性和灵活性,定能夯实我国发展的长远根基。(据人民网)

立足统战 面向社会 服务大众

欢迎订阅2026年度《四川政协报》

- 学习宣传的重要阵地
- 开展工作的有益帮手
- 协商议政的重要参考
- 了解政协的重要窗口



国内统一连续出版物号: CN 51-0026 | 邮发代号: 61-17 | 全年定价: 260元

四川政协报

政协四川省委员会主管
政协四川省委员会办公厅主办



四川政协报



四川政协报微信公众号



四川政协报视频号



四川政协报抖音号