

## 学习贯彻党的二十届四中全会精神

# 让群众能消费愿消费敢消费

党的二十届四中全会提出,坚持扩大内需这个战略基点,坚持惠民生和促消费、投资于物和投资于人紧密结合,大力提振消费,促进消费和投资、供给和需求良性互动。这既对“十五五”时期继续提振消费明确了要求,也为“十五五”时期如何大力提振消费指明了方向。

提振消费,能消费是前提。居民拥有稳定收入是消费的基础,要多措并举增加人民群众各类收入来源,尤其是提升中低收入群体的收入水平。当前我国消费动力的阶段性挑战依然存在,一些领域的消费潜力尚未充分释放。2024年,全国居民存款增加17.99万亿元,同比增长6.4%,一定程度上反映了居民的消费心理和消费选择。另外从日常消费结构来看,教育、医疗、养老等刚性支出占家庭支出比重较大,“一老一小”消费问题日益凸显。这要求一方面实施重点领域、重点行业、城乡基层和中小微企业就业支持计划,以吸纳更多群体高质量就业,提高居民的工资性收入。另一方面强化对资本市场的监管和激活,保障和提升居民财产性收入。针对日益增加的城市灵活就业人员和广大农民群体,要探索针对性的收入保障政策,比如,农民收益保障机制和土地增值收益分配机制,破解“一老一小”难题,让更多群众从经济发展中获得实实在在的收益,撑起能消费的底气。

提振消费,愿消费是基础。当前,尽管受到

中美经贸摩擦等方面的不利影响,但我国消费市场仍呈现出潜力大、韧性强的特征。2024年,我国市场规模继续扩大,社会消费品零售总额48.8万亿元,比上年增长3.5%;消费对经济增长贡献率为44.5%,直接拉动经济增长2.2个百分点,继续发挥拉动经济发展的引擎作用。与此同时,消费业态不断创新,居民消费个性化、多样化、品质化的态势逐渐显现,越来越多消费者更加注重消费品质。2024年,在以旧换新政策带动下,智能低耗家电、新能源汽车的换代需求猛增,智能终端与个性化产品持续热销,健康、养老、文化等新领域的需求快速扩容,以首发经济、冰雪经济、银发经济等为代表的新消费业态获得越来越多人青睐。为此,可一方面强化就业、生育、教育、医疗、养老保障,缓解居民后顾之忧;另一方面不断优化产品和服务供给,推动消费更新升级,通过科技创新拓展多样化消费场景,提升情感和文化体验,优化消费券发放和以旧换新政策,激发居民消费欲望。近年来,服务业与制造业不断深度融合,服务型消费业态不断创新,比重日益提升,旅游、文化、教育、健康等领域的高质量消费将是未来重要发力点。同时,进一步完善城乡消费设施,推动优质产品和服务下沉,各地可结合自身特色,创设更多高质量的复合型、生态型消费项目,打造具有吸引力的消费品牌。

提振消费,敢消费是保障。良好的消费环境是提振消费、扩大消费的前提和保障。近年来,多地打出了营造良好消费环境“组合拳”,维护好、保障好消费者权益,有力提升了当地居民消费能力、拓展了外来游客的消费空间,促进了当地经济社会发展。但与此同时,个别地区一些重点消费领域的产品和服务供给质量还有待提升,新型消费基础设施建设仍需加强,消费环境有待进一步优化。一方面需着力构建安全、透明、优质的消费环境,加快物流配送中心和终端物流配送渠道信息公开与反馈机制建设,健全消费品和服务消费标准体系,让居民放心消费。另一方面要严格监管执法,完善市场准入负面清单管理模式,以跨部门联合方式提升监管成效,针对群众反映强烈的食品非法添加、假冒伪劣、价格欺诈、虚假宣传等市场顽疾开展专项整治行动,严厉打击不合理低价游、旅游景点宰客等市场乱象,保障消费者能够安全消费、明白消费。

消费的背后是无数个家庭的“菜篮子”“购物车”。提振消费不仅是经济发展的必然要求,更是回应民生诉求、满足人们美好生活需要的现实所需,这要求多措并举激活和释放消费潜力,点燃“中国消费”这台强劲引擎,稳扎稳打、久久为功,为高质量发展注入更多澎湃活力。  
(据《经济日报》 鲁明川)

# 顺应居民需求变化 大力提振消费

新年伊始,天津宁河芦台大集人头攒动。芦台大集有着350年历史,作为天津规模最大的农村大集,900多个摊位涵盖蔬菜水产、汽车建材等众多品类,开集日吸引超2万人参与。赶大集作为我国流传千年的传统商贸形式,如今已不再是单纯的商品交易场所,更是融合了地域文化、民俗体验与城乡商贸功能的综合平台。它承载着人们对烟火气的情感寄托,更成为激发消费潜力、提振城乡消费的重要引擎。

除了周末逛大集,在家门口和附近的一刻钟便民生活圈也成为消费的主要阵地。便民生活圈既包括基础保障类,如基础生活和交通配套,也包括品质提升类,如医疗健康、教育文化、体育休闲与综合政务。如四川成都粮丰社区一刻钟便民生活圈建设,按照“国企投资+专业运营+市场参与”模式将消费引进社区,创新打造城市社区生活圈。从赶大集经济到一刻钟便民生活圈,从“以旧换新”政策红利加速释放到服务消费纵深拓展,从区域消费热点竞相涌现到新兴消费异军突起,中国消费经济正以稳健步伐迈向高质量发展新阶段。

数据显示,去年1至10月,我国社会消费品零售总额达41.2万亿元,同比增长4.3%。这一数据折射出中国消费市场的强大韧性与蓬勃活力。中国消费信心的根基在于大国的综合优势:稳定的政治环境、超大规模人口和市场优势、不断扩大的中等收入人群、健全的产业体系、强大的内需体系是支撑大国消费的关键优势。

中国消费市场的稳健增长,源于扎实的经济基础和科学的政策支撑。从规模来看,去年前10个月,除汽车以外消费品零售额达37.2万亿元,增长4.9%,显示出消费市场的内生动力持续增强。近年来一系列促消费政策均强化政策协同、供需两端综合发力,统筹消费惠及民生。2025年预算安排的1.3万亿元超长期特别国债于10月圆满收官,其中5000亿元专门用于“两新”政策的加力扩围。政策红利迅速转化为市场活力:1至11月,汽车以旧换新超1120万辆,家电以旧换新超1.28亿台,手机等数码产品购新补贴超9015万件。这些数字不仅体现政策的红利,更彰显我国制造业的供给能力和消费市场的拓展潜力。

近年来,消费重心从商品转向服务,服务消费成为亮点。据统计,去年国庆中秋假期,全国国内出游8.88亿人次,同比增长约16%。旅游消费的强劲复苏,带动了餐饮、住宿、交通等相关产业链的全面发展。值得关注的是,服务消费正在向更深层次、更广领域拓展。在养老服务领域,浙江、山东、重庆等地率先开展向中度以上失能老人发放养老服务消费补贴试点,长期入住养老机构消费券额度达800元,居家上门养老服务消费券额度为500元,抵扣比例为30%至60%。这一创新举措积极回应了老龄化社会的现实需求,既提升了老年人生活质量,又创造了新的消费圈层。

科技创新催生的新兴消费正在成为经济增长的新引擎。以AI翻译耳机市场为例,相关数据显示,去年一季度,AI耳机在传统主流电商平台

的销量达38.2万副,同比增长960.4%,远超2024年全年销量。全年预计销量可达152.7万副,同比增长超3倍。这一增长背后,是技术进步对消费需求的精准捕捉和有效拉动。通过AI耳机与手机打通录音、转写、翻译、生成会议纪要等服务,将产品与服务相结合,不仅创造了新的消费需求,更展现了中国企业在人工智能应用领域的创新能力。智能家居消费的快速增长,也彰显了消费升级的强劲势头。值得关注的是,黑色家电、白色家电和厨房电器市场的智能产品零售量占比均有大幅提升,智能家居的普及不仅提升了居民生活品质,也推动了制造业向高端化、智能化转型升级。

当前我国经济发展面临的外部环境依然复杂严峻,我们不仅需要继续深化供给侧结构性改革,提升产品和服务质量,更好满足人民群众多样化、个性化的消费需求;还要持续优化消费环境,培育消费生态,完善消费基础设施,降低消费成本,增强居民消费能力、消费意愿;更要加快培育新型消费、升级型消费,推动线上线下消费深度融合,拓展消费新场景、新模式。

从数据到案例,从传统消费到新兴业态,我国消费市场正在书写高质量发展的新篇章。回顾全年消费发展成就,我们有充分理由对我国经济保持坚定信心:经济基础稳、优势多、韧性强、潜能大,长期向好的趋势没有改变,我国经济将以更加稳健的步伐,向着高质量发展和中国式现代化目标阔步前行。  
(据《光明日报》 周密)

# 更好发挥消费联结民生和发展的纽带作用

近期,工业和信息化部、国家发展改革委、商务部等联合印发《关于增强消费品供需适配性进一步促进消费的实施(方案)》,方案提出两个阶段的主要发展目标:到2027年,形成3个万亿级消费领域和10个千亿级消费热点;到2030年,基本形成供给与消费良性互动、互相促进的高质量发展格局,消费对经济增长的贡献率逐步提升。

新时代以来,我国深入实施扩大内需战略,多措并举扩大消费需求,消费规模稳步增长,消费对经济增长的拉动作用显著增强。2024年我国最终消费支出达76.3万亿元,是2012年的2.7倍;2013年至2024年内需对经济增长的平均贡献率达93.1%,2024年最终消费支出对经济增长的贡献率为44.5%,2025年上半年突破50%,中国消费市场的韧性与潜力有目共睹。

《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》将“居民消费率明显提高,内需拉动经济增长主动力作用持续增强,经济增长潜力得到充分释放”纳入目标体系,强调“大力提振消费”。这是我国有效应对外部冲击,增强经济增长韧性,推动经济持续健康发展的战略举措,也是更好满足人民美好生活的必然要求。“十五五”时期,有效推动居民消费扩量提

质,更好发挥消费联结民生改善和经济发展的纽带作用,加快塑造发展新动能,须着力关注以下几点。

提升居民消费能力,让人民群众能消费。大力提升中低收入群体可支配收入水平,有效减轻其刚性支出负担以及继续实施消费政策赋能,有助于中低收入群体的消费能力得到内生性和外源性双重提升。扩大就业规模是居民增收的基础,提升消费能力的根本举措。深化收入分配制度改革是缩小收入差距,进而提升中低收入群体可支配收入水平和消费能力的重要途径。此外,健全社会保障体系,提高城乡基本公共服务水平,也有助于减轻居民刚性支出负担,稳定消费预期,提升消费能力。

优化消费供给体系,让人民群众愿消费。供给能够创造需求,高品质的供给是激发消费意愿的关键。当前,我国人均国民生产总值已超过13000美元,接近14005美元的高收入国家门槛,与之相应,消费结构升级态势日益明显,正在由生存型消费转向享受型和发展型消费。“十五五”时期,有效提振消费,须顺应消费发展趋势,以系统创新牵引带动消费供给体系优化升级,加快培育形成新的消费增长点。消费转型期,大众消费偏好会发生显著变化,我们有必要对消费者消费

需求进行精准分析与画像,敏锐把握需求演变态势,精准捕捉消费热点和新兴需求,适时创新优化产品和服务供给,实现消费供给与需求高水平适配。同时,积极推动平台经济、共享经济、体验经济等新模式深度融合,形成更加多元的消费生态,有效提升消费的便利性和体验感。创新消费场景,持续推动消费场景向多元化、跨界融合方向发展,创造新的消费体验。

改善消费环境,让人民群众敢消费。良好的消费环境是树立消费信心、释放消费潜力的重要保障。“十五五”时期,有力促进居民消费,应进一步规范经营主体行为。我国消费市场特别是服务消费市场,应不断加强诚信建设,对服务不规范、虚假宣传、价格欺诈等损害消费者利益的行为严加惩处,营造让消费者放心的消费环境。同时,加强市场标准化建设,加快健全服务业统一标准,围绕岗前培训、岗位要求、服务内容、服务质量、费用收取等方面制定和出台国家标准。注重技术赋能,借助大数据与人工智能技术,进一步提升监管的精准度与效能。此外,加强消费者权益保护,根据消费市场的不断发展,及时修订和完善消费者权益保护法律法规,为消费者维权提供有力的法律支持。

(据《光明日报》 梁 睿)

近来,“新国补”迅速落地,引人注目。元旦假期,重庆数码智能产品购新补贴累计交易16324笔,福建福州消费品(不含汽车)以旧换新核销近1600万元……补贴“秒到账”,促进消费升级,助力产业转型,展现出以旧换新的拉动效应。

2025年,以旧换新政策持续显效,全年相关商品销售额超2.6万亿元,受益群众逾3.6亿人次,在扩内需中发挥了重要作用。“十五五”开局之年,如何更好发挥以旧换新的政策效应,强化内需对稳增长的支撑作用?不久前,《关于2026年实施大规模设备更新和消费品以旧换新政策的通知》印发,从支持范围、补贴标准、实施机制等方面进行优化。

经济体是一个各环节相互影响的系统,要实现以旧换新政策效应的最大化、最优化,需要运用系统观念发挥其对各个方面的撬动作用。

改善民生与扩大内需相互促进,实现经济效益和社会效益的双赢。数据显示,全国1980至2000年建成的老旧小区约22万个,许多城镇老年人仍居住在无电梯楼房中,适老化改造需求迫切;到2035年,全国失能老年人预计将达到4600万,养老机构护理型床位缺口巨大。由此可见,老旧小区加装电梯和养老机构的设施更新,既是民生所盼,也是内需所系。新政策明确,将老旧小区加装电梯和养老机构等领域设备更新纳入支持范围,这是改善民生与扩大内需的交汇点。

政策引领与绿色转型紧密衔接,能够引导消费升级。比如,一些地方将家电补贴与能效等级挂钩,对一级能效产品按售价15%补贴;一些地方推动老旧车辆更新优先电动化,更新为电动货车的老旧营运车辆最高可获14万元补贴。打造规模化的绿色应用场景,加大对绿色消费的补贴力度,不仅推动绿色消费普及,也带动绿色家装、共享出行、可降解包装、健康服务等新消费业态发展。以旧换新在优化消费结构的同时持续拓展新消费空间,为内需增长注入更高质量、更具潜力的动能。

优化供给和扩大需求相结合,以新消费牵引新供给,以新供给满足新需求,从而促进产业转型升级。智能终端与数智消费不仅重塑年轻人的生活方式,也满足了老年人在健康监测等方面的迫切需求。以旧换新政策顺应这一趋势,将补贴范围扩展至数码和智能产品购新,并覆盖适老化家居产品。以补贴为杠杆,紧贴智能化趋势,以旧换新既促进消费焕新,又为人工智能技术提供应用场景,促进企业加快研发与产品迭代,从而以消费焕新带动产业转型升级与新质生产力发展。

更好发挥以旧换新的政策效应,不仅能起到扩内需、促消费的作用,而且可以促进经济体系各环节形成正反馈,产生四两拨千斤的效果。在改善民生中拓展内需空间,在消费升级中培育新动能,在供需良性互动中促进产业升级,以旧换新政策的落地见效,将为经济高质量发展注入更强劲动能。  
(据《人民日报》 周泽将)

# 农村消费品提质升级正当时

当下,农民的“购物车”“菜篮子”可以说是越来越注重品质了,电子产品、智能家居等在农村十分常见。乡村消费潜力不断释放,扩大了内需,对经济也起到了拉动作用。

近日,工业和信息化部等六部门联合印发《关于增强消费品供需适配性进一步促进消费的实施(方案)》。方案提出,推动农村消费品提质升级。鼓励企业开发农村环境适用的高效节能吸油烟机、燃气灶具、热水器、卫浴产品等,支持企业深入农村开展名优产品巡展和新能源汽车、绿色建材、绿色智能家居下乡活动,提供产品维保、价值评估、上门回收及换新服务。

近年来,在一系列强农惠农支农制度的保障和牵引下,农业农村发展势头向好,地方农业产业升级,乡村经济持续发展,农民收入保持稳定增长态势。发展特色产业、外出务工、返乡创业等让农民增收的路子更宽,也支撑了农民“购物车”的升级。据统计,2024年农村居民人均可支配收入达23119元,城乡居民收入的倍差逐步缩小。钱袋子鼓起来了,农民消费底气足了,从图实用到图舒适,从解决温饱到追求品质,乡亲们的消费观念也升级了。如今,村民消费就图吃得健康、穿得舒适、用得方便,看质量,看牌子,还要看

个性。农民消费水平在提升,消费理念在升级,乡村消费活力不断迸发。

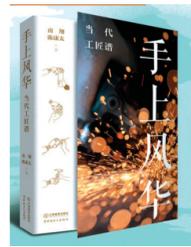
近两年,农村家电市场在以旧换新政策推动下,销售额增长迅猛,绿色智能化产品成为主流。超长期特别国债补贴绿色智能家电,降低了农村居民换新成本,助推了农村家电家具升级消费。农村居民大件商品消费不断向城市看齐,智能、绿色、健康的新型家电家具进入农村居民家庭。曾经人们看重的是价格,现在则更加追求绿色环保。加上配套提供的维修保养、回收服务,以及基础设施日益完善、物流配送体系持续优化,这些措施有效提升了农村消费品质,释放了消费潜力,让农民既买到了好产品,又有了好的消费体验。

未来,以更多更好的公共服务改善农村民生,将进一步释放农村居民消费潜力。同时,还需以培育新业态新模式为重点,加快新型消费向农村深入普及。全面普及和加强“互联网+”服务,进一步发展农村电商,切实解决“最后一公里”问题,扩大电子商务和物流快递的农村覆盖率。不断提高农村商业的丰富性、便捷性、安全性,加快发展定制消费、体验消费、场景消费等,以更好满足农村居民多样化、个性化、情景化消费需求。  
(据《光明日报》 李玉滑)

## 我们来读书

### 他们,把“中国制造”的铭牌擦得更亮

——《手上风华:当代工匠谱》创作谈



我带着毕业多年的研究生,经过大约两年的采访,在刚刚过去的2025年——恰逢中华全国总工会百年华诞,捧出了这部《手上风华:当代工匠谱》

(江西教育出版社、中国工人出版社出版)。书中工匠的年龄从50后到90后都有,行业涵盖核电、钢结构、自动化、装饰装修、游戏设计、精细木雕、汽车维修、乡

村建筑等16个领域。

这群当代工匠不少都兼具技师和工程师的双重身份,既是熟练的技术人员,也有着相当拿手的研发能力。同时,他们都具有开阔看世界的宽广视野,走出去、请进来、干中学,一步步攀升高。陈永伟、张华等年轻技师,当年奔赴加拿大、德国、阿联酋等国,或参加培训,或观摩世界技能大赛,谦逊地学习世界优秀科技成果,通过咀嚼、消化、吸收,营养为自己的血肉,刷新了一张张成绩单,成了各自领域的技能精英。

我们期盼有更多的优秀工匠充实各行各业,把“中国制造”的铭牌擦拭得更

为光亮夺目。  
(南翔)

# 以旧换新撬动发展新动能