

新经济背景下扩大新消费需求的路径与政策取向

任保平 苗新宇

摘要:在新一轮科技革命浪潮影响下,各类新技术、新产业、新模式和新业态不断涌现。新经济在推动供给侧变革的同时也必然作用于需求侧,它通过塑造新型消费主体、消费客体和消费环境,孕育出各种新型消费方式,推动居民消费水平扩容提质和消费结构优化升级。在新经济背景下,可以通过提升居民消费能力、培育壮大消费新业态新模式、加快新型消费基础设施和服务保障能力建设、优化新型消费发展环境等方式扩大新型消费需求,为新时代我国经济高质量发展增添消费新动能。在双循环新发展格局下,活跃的消费市场成为国内经济大循环顺利运行的必要条件,而各类新型消费的迅速发展则为进一步拉动内需、促进经济平稳可持续增长提供了更多可能。

关键词:新经济;消费需求;新型消费;双循环新发展格局

中图分类号:F724 **文献标识码:**A **文章编号:**1003-7543(2021)03-0014-12

目前我国正处于新一轮技术和产业革命的浪潮之中,从人工智能到智能制造,从大数据到“互联网+”,从新能源到绿色经济,大量前所未有的新技术、新产业、新模式和新业态不断涌现,颠覆着传统经济结构。新经济在推动供给侧变革的同时也必然作用于需求侧,它通过塑造新型消费主体、新型消费客体和新型消费环境,带来绿色消费、共享消费、信息消费等新型消费方式,推动居民消费水平提高和消费结构升级,引起整个社会消费体系的重构。当前我国正处于转换经济增长动能的关键期^[1]。受资本品边际效率递减的影响,投资需求对经济增长的拉动作用大不如前。随着世界宏观经济形势的深刻变化,加之中美贸易摩擦与新冠肺炎疫情的接连冲击,出口需求也面临着萎缩和诸多不确定性。从需求侧角度看,

消费将成为“十四五”时期我国经济高质量发展的主要支撑与核心动力。在新经济背景下,构建新型消费体系以适应社会大环境与国际形势的深刻变化,对我国经济高质量发展和双循环新发展格局的形成具有重要意义。

一、新经济发展对我国消费需求的影响

消费是社会再生产的最终环节,是生产、交换和分配的最终目的。广义上的消费既包括居民生活消费,又包括社会公共消费和生产性消费^[2]。这里所指的消费是狭义上的,仅指居民生活消费。我国著名消费经济学家尹世杰在其所著的《消费经济学》中指出:任何消费活动都必须具备三个基本要素,即消费主体(消费者)、消费客体(消费品和服务)和消费环境;任何消费都是消费

基金项目:国家社会科学基金重大项目“推动我国经济高质量发展与中国特色社会主义经济学学科体系研究”(18ZDA036)。

作者简介:任保平,西安财经大学副校长,教育部人文社会科学重点研究基地——西北大学中国西部经济发展研究院院长,教授、博士生导师;苗新宇,西北大学经济管理学院研究生。

主体在一定消费环境中对消费客体进行消费的过程^[3]。根据上述论断并结合控制论的部分思想,我们可以将消费体系定义为一个“输入—输出”系统:它以消费主体、消费客体和消费环境为输入元素,以消费方式、消费水平和消费结构等为输出元素,这些输入与输出元素及其各种相互作用关系便构成了社会消费体系的全部内容。

新经济是新一轮科技革命背景下所产生的以新兴科技为基础,以知识创新为内核,兼具发展可持续性的新经济形态,新技术、新产业、新模式和新业态是其主要表现^[4]。具体而言,新经济集中体现在知识型经济、创新型经济、绿色型经济、共享型经济、开放型经济、数字化经济与个性化经济七大经济类型上^[5]。如图1所示,新经济通过新技术、新产业、新模式和新业态作用于消费主体、消费客体和消费环境,从多个维度改变了消费系统的输入元素,催生出各种新型消费方式,推动社会整体消费水平提高与消费结构升级。

(一)新经济塑造新型消费主体

消费主体,即消费者,是指能够作出独立消费决策的基本经济单位。它可以是单个人,也可以是家庭或者团体。现实中任何消费行为都是消费者依据自身偏好和资源约束来换取消费资料并进行消费的过程。新经济对新型消费者的塑造主要体现在三个方面。

第一,新经济大幅扩充了消费者可以使用的资源。从经济资源角度看,通过提高要素生产率和创造新就业岗位,新经济逐渐成为提升我国居民实际收入水平的强大动力,推动着越来越多的社会资金流入消费市场。新经济所孕育的各种新型消费借贷也正以前所未有的方式扩展着消费者跨期预算约束,提升其进行跨期选择的能力。从时间资源角度看,随着智能化技术和自动化生产模式的大范围应用,劳动者进一步从繁重的工作中解放出来,能够拥有更多自主时间从事消费性活动。以移动通信为代表的现代信息科技也可以通过大幅提升人们的办事效率来增加消费

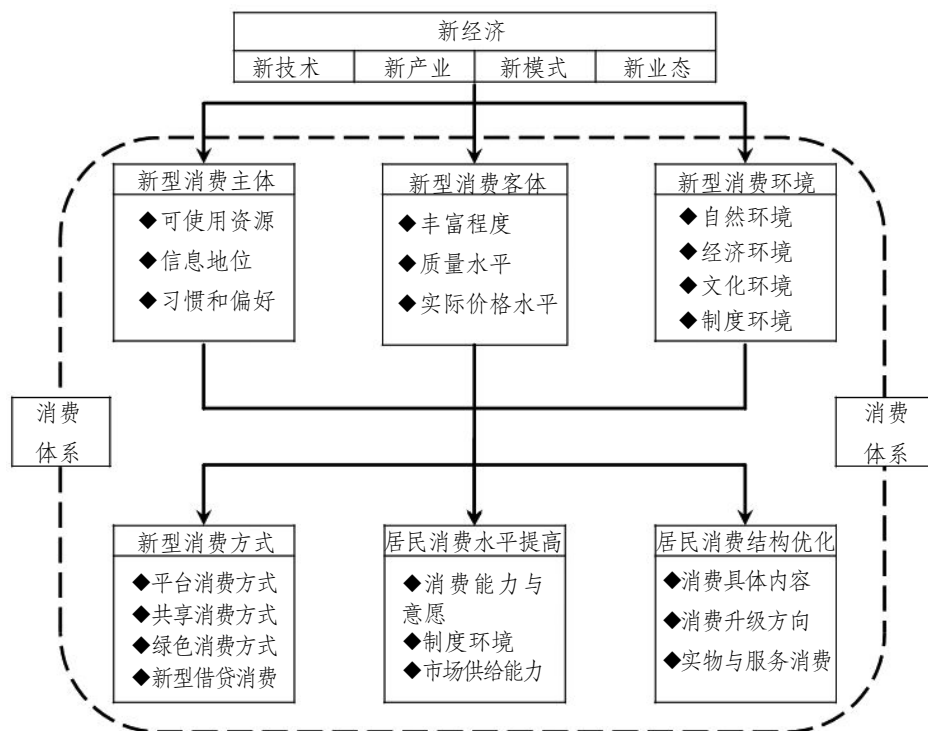


图1 新经济对我国消费体系的影响机理

者的实际时间禀赋。从信息资源角度看,互联网普及化与搜索引擎智能化使消费者获取信息的成本越来越低。新经济背景下的现代消费者拥有比以往更为丰富且更具效率的信息资源。

第二,新经济在一定程度上改变了市场交易过程中消费者的信息弱势地位。传统经济背景下,生产者和销售者对其产品质量与成本结构的了解程度远超过消费者,他们可以运用自身的信息优势在市场交易过程中占据主动,榨取消费者剩余,进而获得超额利润。随着平台经济等新经济模式的介入与市场竞争的日益激烈,厂商及其产品信息持续在网络上汇聚,丰富程度和表露程度逐渐提高^[6]。同时,消费者获取这些信息的渠道也在不断拓展,例如,消费者不仅能够通过百度这类搜索引擎直接了解厂商及其产品和服务,还能通过淘宝、京东等线上平台的用户评价间接获取相关信息。这意味着,在新的市场博弈过程中,生产者和销售者相对于消费者的传统信息优势在一定程度上被削弱了,以至于局部领域甚至出现卖方市场向买方市场转移的迹象。同时,随着智能手机等现代信息工具的迅速普及,加之大量人性化应用软件的出现,消费者的信息搜索能力与信息处理能力也在不断提升。

第三,新经济在潜移默化中改变着消费者的习惯与偏好。新经济的迅速发展正在不断加深消费者的个性与自我概念,定制化、个性化、多样化的消费方式逐渐成为时代主流^[7]。在传统经济模式下,作为分散性个体的消费者普遍缺乏表述自身个性化需求的机会,厂商也只能通过对市场整体需求的把握来进行产品与服务设计。然而,新经济的到来使上述遗憾得以弥补。通过电商平台、微信公众号甚至线上群聊,消费者有着越来越多的渠道表述个性,追求与众不同的差异感,而那些能根据客户个性化需求及时对产品与服务作出调整的品牌往往更受消费者青睐。此外,新经济的发展有利于居民整体消费倾向的提高。在过去,较高的居民储蓄率一直是我国经济的主要特

征,高储蓄下的高投资成为经济发展的核心动力。随着市场经济的成熟和新经济的迅速发展,消费产品与服务的种类日益丰富且质量不断提升,其所定位的消费人群也更加具有针对性,居民进行消费的交易成本和风险也在持续下降。上述事实均有利于提升居民消费意愿与消费倾向,同时也为我国经济发展模式的转型提供了新思路。

(二)新经济塑造新型消费客体

消费客体,即消费对象,或称消费资料,是由厂商生产并通过市场交易满足消费者需求进而使生产者与销售者获取利润的产品或服务^[8]。随着技术进步和社会生产力的发展,一国的生产可能性曲线会逐渐向外侧移动,进而影响消费资料属性,并为消费者带来更多可选择的产品与服务组合。当下新一轮科技革命和迅猛发展的新经济正从三个方面改变消费对象的属性特征,开拓着我们所面对的消费空间,为我们创造出前所未有的新型消费产品与消费服务。

第一,新经济提高了市场上消费产品和服务的丰富程度。现代信息技术、自动化等新兴生产力的出现,通过提高全要素生产率和社会产出水平,从数量角度拓展了消费空间。平台经济、信息经济等新经济模式打破了旧有的时空限制,将很多传统意义上的不可贸易品变为可贸易品,如在线教育与在线医疗。同时,新经济也孕育出各种新型消费资料,从智能手表到5G手机,从共享单车到新能源汽车,从线上辅导到大型网络游戏,这些事实共同暗示着一个消费资料极大丰富的时代已经到来。

第二,新经济提升了市场上消费产品和服务的质量水平。物联网等新经济要素的出现打破了原有的空间贸易壁垒,持续削弱着区域垄断势力,使各地生产者与销售者不得不直接面对其他地区同行的竞争。正如前文所述,新经济的发展有利于减轻消费市场的信息不对称性,消费者比以往更容易获取特定产品与服务的质量信息。基于上述两点原因,追逐利润的生产者与销售者有足

够动机来提高自身产品与服务的质量水平,打造高质量消费资料以更好地满足客户的品质追求,进而在日益激烈的市场竞争中占据优势地位。

第三,新经济至少在某些市场领域降低了消费产品与服务的实际价格水平。从成本结构视角看,新经济所衍生出的许多新兴产业同时具备高固定投入和低边际成本双重特征。在有效竞争的市场环境中,厂商对自身产品与服务的定价不能超出其边际成本太多,故我们推断某些市场的实际价格水平存在被新经济拉低的趋向。同时,随着淘宝、京东等线上交易平台的迅速发展,消费者可以轻易获得市场上几乎所有相似产品的价格与质量信息^[9]。这意味着相关厂商和销售者不得不直面同行更为激烈的价格竞争,市场整体价格水平也因此存在下行压力。

(三) 新经济塑造新型消费环境

任何消费行为都必须在一定环境中进行。消费环境是影响消费者心理和行为的各种环境因素的集合,它包括自然消费环境与社会消费环境两个层面,而后者又可分为经济环境、文化环境、制度环境等。我们认为,新经济对新型消费环境的塑造主要体现在四个方面。

第一,从自然环境角度来看,新经济有利于推动绿色可持续消费的发展,促进人与自然在消费领域的和谐共生。新能源与新材料技术的进步为传统高消耗、高污染的消费模式提供了许多有效的替代方案。通过大力发展新能源汽车等绿色环保型产业,我们可以将自然资源与生态环境保护更好地融入经济社会发展与居民消费升级的过程之中。同时,良好的生态环境本身也是许多新型消费模式赖以生存的重要基础,如文化旅游和体验式购物。高技术人才也往往对消费环境有着更高的诉求,生态优美的城市在吸引新经济人才方面更具优势。

第二,从经济环境角度来看,新经济通过加速产品流通和降低交易风险大幅提高了消费市场的活跃程度。随着信息技术的进步和现代物流

业的发展,消费市场运转效率大幅提升,很多商品与服务的跨区域流通能力不断增强,空间贸易壁垒对人们消费行为的阻碍早已不复往昔。同时,在开放的信息网络环境下,厂商与经销者的任何欺诈行为都可能暴露在市场舆论的漩涡之中,相关负面信息在短期内就能经过多种渠道传递至消费者从而使其改变原有的消费决策。不难发现,新经济具有弱化市场信息不完备性的功能,有利于降低消费者参与市场交易的潜在风险。

第三,从文化环境角度来看,新经济加速了新型消费文化和新型消费理念的形成。任何社会意识都是一定社会存在的反映,任何文化因素也都必然打上其所处时代的烙印。新经济在强调可持续性发展的同时孕育着绿色消费理念,信息类公共产品与共享经济的普及也在潜移默化中推动协同共享精神深入人心。总之,新经济通过对新型消费者和消费对象的塑造,悄然改变着传统社会习俗和居民消费观念,加速着新型消费文化的形成。

第四,从制度环境角度来看,新经济迅速发展所引起的新问题与新矛盾要求我们进一步深化改革。制度设计必须适应生产力与经济基础的变化,依时依势及时调整。虚拟消费、共享经济、网络借贷等新型消费在蓬勃发展的同时也带来了诸多新问题与新矛盾,而现有法律与制度框架缺乏有效的规定性内容对之加以约束和引导。这就要求我们必须在充分调研的基础上及时调整和完善相应的法律与制度内容,营造良好的市场环境,维护公正的市场秩序,充实巩固新经济与各类新型消费快速健康发展的社会基础。

(四) 新经济催生新型消费方式

消费方式,即消费需求的满足方式,是一定生产力与生产关系条件下消费主体同消费客体相结合以满足消费需求的方法和形式,是消费自然形式与社会形式的有机统一。新经济不仅带来了新生产力与新生产关系,塑造出新型消费主体和新型消费对象,而且推动着诸如平台经济、共享

经济、绿色经济、新型借贷等消费新业态和新模式的发展,催生出各类新型消费方式以更好地满足市场需求。

第一,平台消费方式迅速发展。平台经济是新经济的重要内容之一,它以现代数字技术为基础,通过网络协同、平台支撑、数据驱动协调各类经济活动,我们日常所熟知的淘宝天猫、京东商城、亚马逊等互联网平台都属于此范畴。这些线上平台并不进行生产性活动,其作用主要是通过降低买卖双方间的交易成本来促成交易的达成^[10]。平台经济与现代物流业的结合打破了传统消费市场的空间限制,消费者只需通过一台联网设备即可浏览和购买全国各地甚至国外的各种商品。平台同时也是市场信息的汇聚中心,使用者可以轻易查询到所关心的商品信息和他人对该商品及其配套服务的评价。平台管理者有时也扮演着市场监管者的角色,其可以通过统计各交易主体的信用数据,筛选出违规者并作出相应惩罚,如克扣信用分和加入黑名单。平台经济利用这些优势显著降低了消费者参与市场交易的成本与风险,平台消费方式也因此广受消费者青睐。

第二,共享消费方式日渐普及。以使用权分享为主要特征的共享经济是现代信息革命的产物,它利用高速互联网等现代信息技术整合海量分散化资源,准确定位消费者需求,实现供需双方的快速匹配。现实中,共享经济可以表现为协作消费、协作生产、协作金融等多种模式,其中,协作消费是指消费者在不涉及所有权转移的情况下与他人共同享用产品和服务^[11]。通过充分利用社会闲散化资源,共享式消费可以显著减少资源浪费,提升经济运行效率。凭借信息优势和规模效应,共享式消费还可以节省居民进行消费活动的经济成本与时间成本,从而改善消费者福利,提升社会消费意愿^[12]。

第三,绿色消费方式深入人心。人类社会运作所产生的废弃物不仅来源于生产性排放,而且来源于生活消费。传统高消费在改善人们生活质量

的同时也使自然环境面临着巨大压力。可持续消费理念认为,人类消费行为应尽可能节约自然资源并对生态环境具有充分友好性。新经济背景下,随着新能源、新材料等战略性新兴产业的迅速发展,新能源汽车等一系列以低污染、低耗能为特征的环保型消费品层出不穷,且这些绿色产品的实际生产成本与销售价格也趋于下行。上述事实为我们贯彻生态环境保护与经济发展并行的国家战略提供了现实支撑,同时也激励着广大消费者主动放弃传统消费模式,改变家庭生活习惯,转而寻求高污染高耗能消费的绿色替代,践行可持续消费理念。

第四,新型借贷消费层出不穷。伴随着互联网消费金融的迅速发展,蚂蚁花呗、京东白条等各类基于使用者网络信用的新型消费信贷如雨后春笋般相继涌现。“先消费,后付款”的消费方式成为当下一种重要的时尚潮流,尤其在青年消费群体中颇受欢迎。这些新型借贷消费所造成的影响是复杂的,其在激发消费市场活力的同时也存在着诸多隐患。无论是学术界还是公共部门,都应当仔细评估和权衡这些新型消费借贷的经济贡献与潜在风险,通过政府监管、法律规制等方式对其发展进行适当限制,在未雨绸缪中寻求一条经济增长与风险防控并重的路径。

(五) 新经济提高居民消费水平

消费水平是指一定时期内按人口平均的消费品数量和质量,是消费过程中消费主体、消费客体和消费环境三者结合所产生的数和质的规定性,是我们衡量一国经济社会发展水平的重要依据。人类历史上每一次重大技术进步最终都会反映于居民消费水平的提高。通过对新型消费主体、消费客体和消费环境的塑造,新经济势必成为我国居民消费水平提升的重要动力。

根据经典消费理论,居民消费水平最终主要取决于居民消费能力和消费意愿、社会制度环境、市场供给能力。如前文所述,新经济所塑造的新型消费主体拥有更充分的经济与时间资源、

更前卫的消费观念,再加之消费资料的扩容提质以及新型消费环境中信息成本与交易成本的显著降低,这些事实均对我国居民消费能力与消费意愿提升有着正向的促进作用。新经济既是技术革命的成果,又是现代市场经济的产物。基于高额固定成本和规模经济特性,许多新兴产业的高速发展需要依靠广阔且活跃的消费市场与各类政策措施的共同支撑。因此,要发展新经济,就必须破除阻碍市场经济发展的传统体制机制,营造适应新经济因素成长的良好制度环境,提升新型消费市场的规模与活跃程度。新经济背景下的新技术、新产业、新模式与新业态无一不是市场供给能力提升的强大推力。在要素生产率不断提高的同时,市场上各类新产品与新服务层出不穷。伴随着现代信息产业和物流业的快速发展,部分传统非贸易品也具备了跨域流动的能力。无数事实表明,新经济革命必然会引发又一个市场供给能力大幅跃升的时代。

综上所述,通过增强居民消费能力、提高居民消费意愿、改善社会制度环境、提升市场供给能力,新经济势必成为新一轮居民消费水平提高的重要推力,为我国新时代经济高质量发展增添消费动能。

(六) 新经济优化居民消费结构

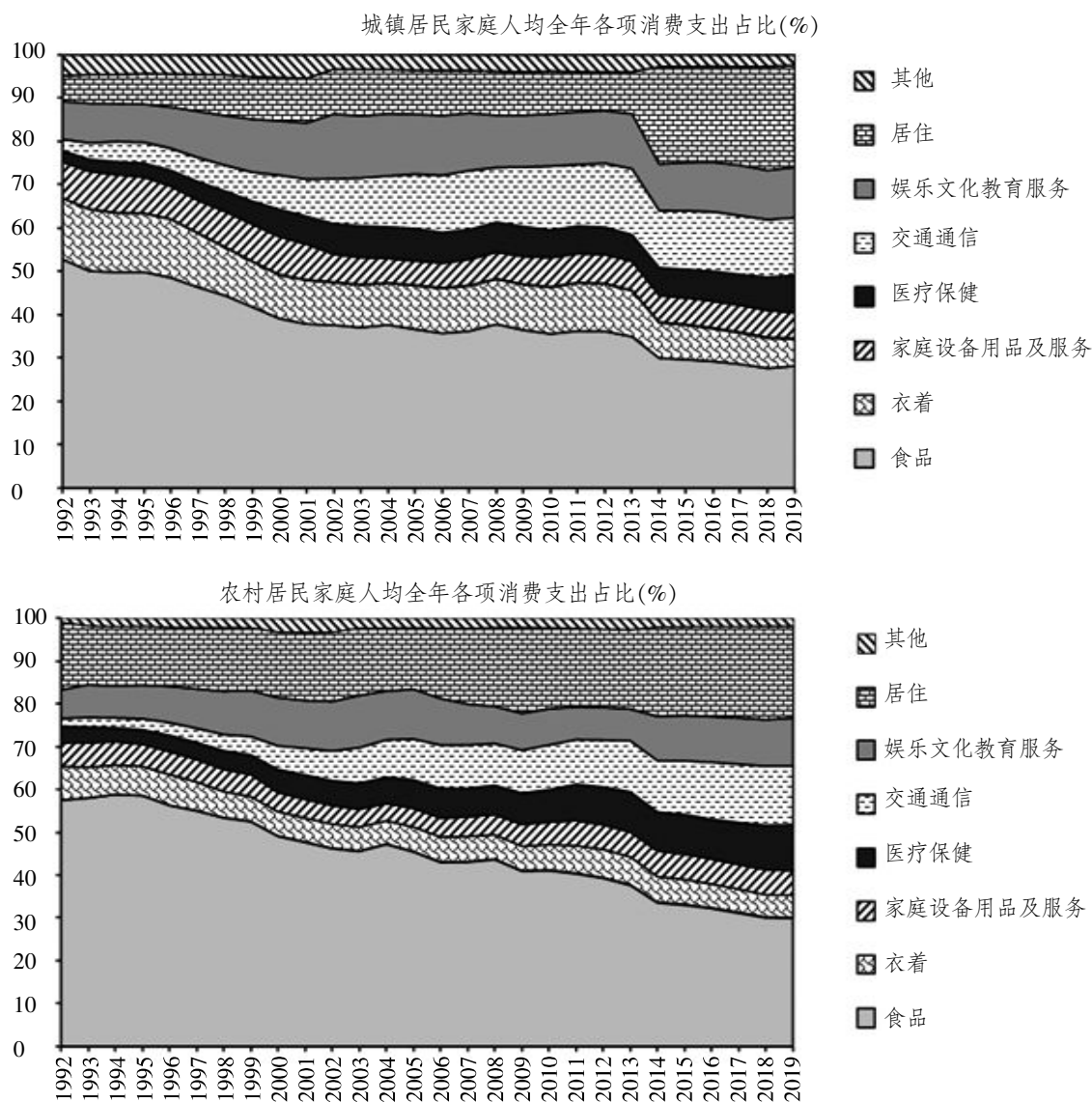
消费结构,即一定经济社会条件下人们所消费的各种类型消费资料的比例关系,是人们消费内容、消费水平、消费质量以及不同层次消费需求满足程度的反映。随着新经济不断渗透于消费领域,我国居民消费结构发生了一些重要变化,消费升级的趋向性也愈发明晰(见图2,下页)。日新月异的科学技术和不断涌现的新产品与新服务共同开拓着全新的消费领域,推动着居民消费结构优化升级,为人们传统消费习惯与消费模式的变革增添了新动力。

第一,从消费的具体内容来看,新经济大幅提升了信息消费及各种线上线下融合式消费在我国居民消费结构中的比重。目前,新经济最为显

著的成果集中于数字信息领域,网络环境已然成为我国居民进行消费活动的主要场所。依托现代化的数字网络平台,“互联网+”的运行模式持续为消费市场增添着新的活力,在线教育、线上外卖、在线定制等以现代信息技术为基础的新型消费对象不断涌现,成为我国居民消费生活的重要内容。新经济所创造的新时代是一个互联互通的时代,任何厂商和经销者都必须意识到数字经济下的无限可能,一味地拘泥于传统只会换来客户的流失,唯有主动出击方能把握市场机遇。

第二,从消费升级的方向来看,新经济正在为我国居民向更高层次的消费需求迈进添砖加瓦。根据马斯洛需求层次理论,人类普遍存在着生理、安全、爱与归属感、受尊重和自我实现的五层次需求。随着可支配资源的增加,消费者会逐渐由低层次需求向高层次需求迈进^[13]。我们可以将消费资料划分为生存资料、享受资料和发展资料三大类型。对消费主体来说,生存资料满足生理和安全需求,享受资料满足爱与归属感需求、受尊重需求,而发展资料满足自我实现需求。如前文所述,新经济在大幅扩充消费者可支配资源的同时也为其个性化与多样化自我实现需求的满足带来了全新的发展资料。互联网平台上很多电商都能为客户提供一定范围的定制化服务,3D打印技术也给私人产品的个性化设计描绘出新的可能。因此,新经济的发展对推动我国居民消费结构升级具有重大意义,其在加速高层次需求时代到来的同时,又为这些需求的满足提供了更多现实路径。

第三,从实物消费与服务消费的角度来看,新经济加速了我国居民由重实物消费向重服务消费的转变。新经济背景下现代信息业与物流业的迅速发展大幅降低了市场交易的空间限制,各区域间的物理贸易壁垒正在逐渐消失。这一趋向性的成果之一便是跨区域服务贸易的兴起。传统意义上,绝大多数服务具有不可贸易性质,而新经济正以前所未有的方式打破这一固有认知。随



注:本图为百分比堆积面积图,反映的是1992年以来我国城乡居民消费结构的发展变化情况。横轴数值表示年份,纵轴数值为百分比。2013年后统计指标有所变化,前后数据可比性相对较差

数据来源:CSMAR数据库

着4G、5G等现代通信技术的普及,通过互联网平台人们就可以方便地进行视频交流,线上教育、网络直播、线上医疗等几乎不受空间限制的新型服务正在取代与之相应的传统形式。高速铁路等现代交通在加速区域间人员流动的同时,也为区际服务贸易注入活力。相较于实物产品,新经济对新型服务的创造作用更加明显,网络游戏、网络视

频等虚拟服务正如火如荼地分享着消费市场。因此,可以预见,新经济背景下居民消费由重实物向重服务转型是一种长期的可持续性趋势。

二、新经济背景下我国扩大新消费需求的路径

从需求侧角度来看,改革开放以来我国经济增长主要由投资和出口驱动。然而,进入新时代

后,受资本边际效率递减影响,投资对经济增长的拉动作用已大不如前。近年来由于世界整体经济形势不乐观,再加之中美贸易摩擦和新冠肺炎疫情的接连冲击,出口需求也有所下滑,未来的国际市场仍充满诸多不确定性。基于上述原因,疫情后我国经济的持续稳定增长更可能需要依靠居民消费发挥带动作用。新经济对我国社会消费体系的各个方面均产生了深刻影响,其所孕育的新型消费也日渐成为经济需求侧中最具活力的因素。我们应积极贯彻落实扩大内需的发展方针,坚持“创新驱动,融合发展;问题导向,补齐短板;深化改革,优化环境;市场主导,政府促进”四大基本原则,以新业态新模式为引领,加快构建“智能+”消费生态体系,推动网络购物、移动支付、线上线下融合等新型消费迅速发展,为新时代经济高质量增长注入消费新动能。

(一)持续提升居民消费能力

居民消费能力是决定一国消费水平与消费质量的最重要因素。受规模经济、范围经济、成本结构特性等因素影响,新型消费市场的成长 and 良好运行通常需要依赖庞大且活跃的消费人群,具有鲜明的流动经济特征。以在线教育产业为例,那些具有庞大受众的网络辅导课程往往能以更低的价格提供更优质的教育服务,而那些受众较小的网络课程一般只能通过收取高价来回笼成本。因此,对于新型消费的发展来说,培育庞大且有较高消费能力的消费人群是至关重要的一环。

就我国而言,庞大的消费人群一直是消费市场发展的重要支撑,但消费者的实际购买能力始终不足。在新经济背景下,有效扩大新型消费需求,推动相关新兴产业发展,必须致力于居民实际消费能力的提升。首先,进一步完善初次分配制度,提高居民可支配收入和劳动者报酬占国内生产总值的比重,使城乡居民分享到更多经济发展成果。其次,加强再分配对社会贫富差距的调节作用,提高个人所得税起征点,增强对非劳动

性收入的征税力度,打击偷税漏税行为。再次,借助新经济所提供的新手段来增强居民实际消费能力。此外,我们应在严格监管的基础上适度发展花呗等新型消费信贷,增强居民跨期消费能力,激活消费市场。最后,进一步完善社会保障体系,稳定物价水平,尤其要稳定住房价格,增强居民消费信心,谨防高房价抑制居民消费。

(二)培育壮大消费新业态新模式

随着新经济对新型消费主体、新型消费客体以及新型消费环境的塑造,以移动支付、线上线下融合等新业态新模式为主要特征的新型消费迅速发展,对我国消费市场产生了巨大冲击,无数固守传统思维与运行模式的厂商和经销者被淘汰在残酷的市场竞争之中。面对上述趋势,我们应充分意识到新业态取代旧业态、新模式取代旧模式以及新型消费取代传统消费是不可逆转的时代潮流,人类历史上所有伟大进步无一不伴随着部分传统的消亡和既得利益者的牺牲。我们要发展新型消费,就必须培育壮大各类消费新业态与新模式,建立健全“互联网+服务”的新型市场运行机制,支持智慧旅游、智能体育、即时递送等消费新业态发展。

第一,加快线上线下消费的双向深度融合。较之于传统消费,新业态和新模式下的新型消费大多采取线上线下相融合的运行方式,即同时利用线上线下两种资源、两种优势,通过降低消费交易成本和提高资源利用效率占据市场竞争高地。我们应大力支持互联网企业拓展线下实体性业务,利用现代数字技术加快对传统线下产业的改造升级,使其能更好地融入互联互通的信息化新时代。同时,我们应积极引导实体企业参与数字化产品与服务的研发,利用互联网平台发展个性化定制业务,开展多种形式的网络促销活动,打造高质量品牌产品。

第二,加大对新型消费的政策支持力度。新型消费在迅速发展的同时也面临着诸多挑战,传统制度框架内仍存在着许多妨碍新业态新模式

发挥活力的不适应性内容。作为市场管理者,政府应加大对传统体制机制的变革力度,逐步消除落后制度对消费新业态新模式发展的阻碍,并在广泛调查与深入研究的基础上构建适应于新型消费的政策体系,以更好地解决消费市场所面临的新问题与新矛盾。此外,政府应实施多种优惠政策以加速社会资源向新兴领域集聚,通过电子消费券、税收减免等方式适时适度地激励参与新型消费市场的各类主体。

(三) 加快新型消费基础设施和服务保障能力建设

新经济背景下的新型消费本质上是人类科技进步的产物,而新技术真正应用于生产生活与市场交易则需要新环境的支持。倘若没有4G等互联网基站的大规模建设,人们就不可能随时随地享受到高速的网络通信服务,线上外卖、共享专车、网络教育等新型消费也就没有如今的繁荣。然而,新环境的构建不能完全依赖于自由的市场机制。公共经济学指出,由于不确定性风险和资金回笼的长期性,私人部门通常缺乏对高额固定成本项目进行投资的热情。以信息网络、商贸流通、智能化技术集成等为代表的新型消费基础设施和相关服务保障工程基本满足上述特性,其建设和维护通常需要政府等公共部门的介入。

第一,加强对信息网络基础设施的建设。如今的网络购物、共享专车、线上医疗等新型消费对现代化网络环境均有着较高要求。在不久的将来,无人驾驶、虚拟现实等新型消费的普及也有赖于5G网络系统的支持。有鉴于此,我们应加快打造具有高效率和高可靠性的新一代网络通信系统,在良好规划的基础之上进一步加大对物联网、5G网络、工业互联网等新型基础设施的建设力度,使其优先覆盖人员密集区、核心商业圈和交通枢纽点等重要地理区域。此外,我们应积极利用现代数字技术提升城市信息化水平,通过CIM等技术平台实现城市环境与信息网络环境的高度融合,加速打造一批以高效率运转和高质

量服务为特征的智慧城市,全方位提升城市内与城市周边居民的生活水平与生活质量。

第二,进一步完善人员与产品流通基础设施网络。市场的运行效率受市场内各要素流动性的影响,而后者又集中体现为信息流动性、产品流动性和人员流动性。新经济在大幅提高信息流动性的同时,也加速着区域间产品与人员的流通。以网络购物为代表的线上线下融合式消费既需要良好的网络环境提供线上支持,又需要高效率的现代物流业在线下予以配合。现代服务贸易既可以通过网络视频等远程通信手段实现,又可以凭借区域间人员的高速流动完成。因此,为了推动新经济和新型消费的发展,我们既要加强对信息网络环境的建设,又要采取措施进一步完善产品与人员流通基础设施。例如,通过建立健全数字化商品流通体系,加快信息化消费网络布局,降低物流综合成本;通过建设智能快件箱、无人售货机等新型消费终端,实现产品流通智能化,减少对人力的依赖。

(四) 优化新型消费发展环境

任何新事物的成长都必须在一定环境中进行,良好的发展环境会加速新旧事物的更迭,而恶劣环境则必然阻碍历史的进程。如今的经济社会环境在孕育各类新型消费并为其提供发展空间的同时,也存在着诸多阻碍这些新生事物成长的因素,旧有框架和传统体制机制无时无刻不在为其平添束缚。在新型消费发展的过程中,我们面临着诸多新问题与新矛盾,如雨后春笋般出现的各种网络消费信贷就对当代金融监管提出了全新的挑战。上述事实表明,我们必须采取有效手段优化新型消费发展环境,通过加强相关法规制度建设、大力构建新型消费信用体系和市场监管机制、加速打造高效率服务型政府等措施,在维护市场秩序的前提下进一步激发市场活力,引导各类社会资源平稳有序地向新兴产业链条集聚,为新型消费及相关产业的发展提供强有力的环境支持。

第一,进一步加强相关法规制度建设。自由市场的任何行为都必须受到法律框架的约束,经济社会的动态性特征同样要求法规制度的及时跟进。新经济在催生新型消费的同时也引发了新问题,依据既往事实所构建的传统法制框架难免在激励与约束的权衡取舍中有失偏颇。有鉴于此,我们应积极顺应新经济和新型消费的发展规律,及时调整旧有规制中的不适应性内容,加快出台电子商务、共享经济、网络信贷等新兴领域的配套政策措施,完善线上服务管理体系,规范新型消费发展,在稳步有序中加快推进新规制与其他相关法规制度的衔接工作。

第二,大力构建新型消费信用体系和市场监管机制。新型消费快速发展的美好前景下暗藏着诸多潜在威胁,如数字化货币和网络借贷在提升交易便利度、刺激跨期消费的同时也在不断冲击着现有金融秩序,累积系统性金融风险。我们应进一步深化包容审慎与协同监管原则,为新型消费营造规范适度的发展环境。利用数字网络加强社会信用体系建设,依托各类线上平台整合个体信用数据,构建以信用为基础的新型市场监管机制,增强经济风险防控能力。通过借助现代信息技术推进资源共享和跨部门协作,加大对电子讹诈、非法网贷、盗用网络支付账户等新型违法犯罪行为的打击力度,净化电子商务环境,促进各类新型消费市场快速健康发展。

第三,加速打造高效率服务型政府。从行政审批到市场监管,从秩序维护到政策激励,新型消费的良好发展无时无刻不需要高效率的公共服务予以支持。当代政府机构及其公务人员应彻底抛弃“官本位、政府本位、权力本位”的思想,以公众需求为导向,以国家战略为指引,不断提高公共资源配置效率。通过简政放权、电子政务、政府服务市场化等方式为新经济和消费新模式新业态的发展营造良好的公共服务环境,减少新型现代企业和消费者的交易成本。通过强化财政支持、优化金融服务、完善社会保障体系等措施加

大对新型消费的政策支持力度,推动各类社会资源向新型消费及其相关产业领域集聚,为新时代居民消费扩容提质增添动能。

三、新经济背景下扩大新消费需求促进国内经济大循环的政策取向

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是我国经济进入新常态后需要面对的长期趋势。一方面,对于大国来说,随着自身经济体量不断扩张,内部需求相对于外部需求呈上升态势,国内循环对于经济社会平稳运行的重要性愈发凸显。另一方面,服务业大多具有较强的不可贸易性质,而其又是目前我国最具活力、发展速度最快的产业,这就意味着新时代我国的市场供给能力需要更多地依靠内需来加以释放。

因此,“以国内大循环为主体”既是经济发展规律的时代反映,又是未来我国经济基本走向的长期态势。面对双循环新发展格局,我们必须通过刺激国内消费需求来解决外需萎缩所引发的一系列产能过剩问题,而以新技术、新产业、新模式和新业态为主要表现的新经济则为我们实现上述目标提供了更多现实可能。新经济在塑造新型消费主体、消费客体和消费环境的同时,也在不断催生新型消费方式,加速居民消费扩容提质。因此,我们可以通过推动数字化、个性化、共享化等消费新业态新模式的发展,提升社会整体消费能力和消费欲望,从需求侧为国内大循环机制的顺利运行提供强大的动力支持。

(一)充分发挥消费作为我国经济增长主引擎的功能

改革开放以来,尤其是加入世界贸易组织以来,我国经济大部分时间是通过大规模投资和劳动密集型产品出口来实现增长,居民部门的消费率长期处于下降态势^[4]。近年来,受资本品边际效率递减影响,投资对经济增长的拉动作用持续衰弱。由于世界经济不景气和贸易保护主义抬头,

伴随着中美贸易摩擦与新冠肺炎疫情的双重冲击,我国所面对的外部需求也在萎缩,国际贸易形势整体严峻。在双循环新发展格局下,消费将成为我国经济增长的主引擎。这意味着我们不仅需要在供给侧加大改革力度,而且必须发挥居民消费对社会需求的引领带动作用,将过剩的社会生产力转化为国内广大消费者喜闻乐见的产品与服务,以弥补外需萎缩所引起的供需缺口。

鉴于国内居民消费对经济双循环的重要意义,我们必须做好对居民消费的调控与引导工作,协调消费与生产、分配、交换等其他社会再生产环节以及消费领域内部各因素间的多方位关系,适应以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的目标要求。我们必须从生产力与消费力良性循环的高度对消费行为进行调控和引导,依据新经济背景下新型消费的发展趋势,促进消费及其相关产业的智能化、个性化、绿色化,全方位提升居民消费质量。我们应当合理运用政府宏观调控手段,处理好消费、投资、出口三大需求间的互利互容关系,提升居民消费力,扩大居民消费需求^[15]。我们应当充分应用经济手段,通过财政税收、短期贷款等渠道,培育新型消费热点,扩充国内消费市场,引导居民树立和谐可持续的消费观念。我们还应适度运用法律手段,整顿市场经济秩序,解决新型消费发展过程中所产生的新问题与新矛盾,打击各种欺诈行为,切实保护消费者权益。

(二)以新型消费带动国内经济大循环

国内经济大循环的顺利运行很大程度上取决于居民消费的扩容提质。只有通过居民消费水平提升和消费内容升级,外需不足所导致的过剩供给才能被国内市场充分吸收,经济社会资源才能被及时引导至以高效率为特征的新兴产业领域,宏观经济也才能在双循环新发展格局下实现平稳有效的高质量增长。当前,新经济以前所未有的方式冲击着现有消费体系,人们的消费行为已经在这一浪潮中被烙上深刻印记。新型消费是

当前需求体系中最为活跃的因素,厂商与经销者只有积极响应新消费需求,及时引入新型运营方式,才能在日益激烈的市场竞争中占据先机。同时,我们必须破除传统思维的固有弊病,借助消费新模式与新业态实现消费市场的扩容提质,为国内经济大循环增添消费动能。

具体而言,我们可以通过以下措施充分发挥新型消费对国内大循环的引领带动作用:外贸企业可以借助电商平台和现代信息技术,建立新型营销网络,精准定位消费人群,实现供需对接,促进进出口内销;相关公共部门可以通过出台一系列优惠政策,如财政补贴和税收减免,缓解外贸企业的资金压力,加速传统产业转型升级,推动二者融入“互联网+”与“智能+”等新经济生态体系,激励其主动参与国内新型消费市场;借助新经济背景下的新技术、新模式与新业态推动各类新兴产业的快速发展,在促进经济转型的同时提升社会消费能力与消费欲望,实现居民消费扩容提质,以此带动国内经济大循环的顺利运行。 **Reform**

参考文献

- [1]任保平,宋雪纯.“十四五”时期我国新经济高质量发展新动能的培育[J].学术界,2020(9):58-65.
- [2]吴炳新.消费经济理论研究[M].北京:对外经济贸易大学出版社,2016:151-184.
- [3]尹世杰.消费经济学[M].北京:高等教育出版社,2007.
- [4]任保平,宋雪纯.中国新经济发展的综合评价及其路径选择[J].中南大学学报(社会科学版),2020(1):13-21.
- [5]任保平,何苗.我国新经济高质量发展的困境及其路径选择[J].西北大学学报(哲学社会科学版),2020(1):40-48.
- [6]杨继瑞.网络经济对消费经济推动机理的思考[J].消费经济,2008(2):87-91.
- [7]牡丹清,占智康.新经济背景下发挥消费基础

- 性作用研究——基于流通功能拓展与平台组织再造的视角[J].经济学家,2018(2):62-69.
- [8]伊志宏.消费经济学[M].北京:中国人民大学出版社,2018.
- [9]孙浦阳,张靖佳,姜小雨.电子商务、搜寻成本与消费价格变化[J].经济研究,2017(7):139-154.
- [10]任保平,朱晓萌.中国经济从消费互联网时代向产业互联网时代的转型[J].上海经济研究,2020(7):15-22.
- [11]谢志刚.“共享经济”的知识经济学分析——基于哈耶克知识与秩序理论的一个创新合作框架[J].经济学动态,2015(12):78-87.
- [12]张文明,张孝德.分享经济的经济学逻辑及理论蕴意[J].宏观经济研究,2018(11):169-175.
- [13]石明明,江舟,周小焱.消费升级还是消费降级[J].中国工业经济,2019(7):42-60.
- [14]欧阳晓,傅元海,王松.居民消费的规模效应及其演变机制[J].经济研究,2016(2):56-68.
- [15]洪银兴.消费经济:十二五时期新的经济增长点[J].南京社会科学,2011(3):1-5.

The Path and Policy Orientation of Expanding New Consumption Demand under the Background of New Economy

REN Bao-ping MIAO Xin-yu

Abstract: Under the influence of a new round of scientific and technological revolution, all kinds of new technologies, new industries, new models and new formats are emerging. The new economy not only promotes the reform of the supply side, but also inevitably acts on the demand side. By shaping the new consumption subject, consumption object and consumption environment, it breeds a variety of new consumption modes, and promotes the expansion and upgrading of residents' consumption level and consumption structure. In the context of the new economy, we can expand the new consumption demand by improving the residents' consumption ability, cultivating and expanding new consumption formats and new modes, accelerating the construction of new consumption infrastructure and service guarantee capacity, and optimizing the new consumption development environment, so as to add new consumption momentum to the high-quality development of China's economy in the new era. Under the new development pattern of double cycle, an active consumer market has become a necessary condition for the smooth operation of the domestic economic cycle, and the rapid development of various new types of consumption has provided more possibilities for further stimulating domestic demand and promoting stable and sustainable economic growth.

Key words: the new economy; consumption demand; new consumption; double cycle new development pattern

(责任编辑:罗重谱)