

消费升级，以蓬勃内需推动长期增长

消费为经济发展提供了持续可靠的动力，不仅凸显了中国经济指标和内在结构的积极变化，也成为中国经济品质改变和“颜值”提升的生动缩影

经过40多年的快速发展，中国不仅形成了超大规模的消费市场，而且形成了更加追求创新和变化、更加偏好新产品和新体验的消费文化

观察中国经济，消费是个至关重要的窗口。春节黄金周，新兴消费亮点纷呈：休闲旅游、观影观展等体验式消费表现突出，绿色食品、智能家电等标注更高消费品质，三、四线城市年货消费增速超过一、二线城市……春节消费在数量基础上更注重高品质，在存量基础上更有新增量，折射出中国经济蓬勃的内需潜力。

春节黄金周的消费亮点，契合了人们的微观感受，也映照出中国整体的消费情况。去年，我国社会消费品零售总额38.1万亿元，保持平稳较快发展势头。消费的基础性作用更加显著，最终消费支出对经济增长的贡献率达到76.2%，比上年同期提高18.6个百分点，连续5年成为经济增长第一动力。规模逐步扩大、水平稳步提高、结构不断改善、升级态势持续，消费为经济发展提供了持续可靠的动力，不仅凸显了中国经济指标和内在结构的积极变化，也成为中国经济品质改变和“颜值”提升的生动缩影。

数据背后，消费升级的精彩故事每天都在人们身边上演：吃年夜大餐，不必亲自下厨，动动手指就能预约厨师上门定制；看院线大片，无需排队买票，手机订票还能选座位；到景区旅游，不再走马观花，扫二维码就能收听景点介绍。在历年的“双11”电商促销活动中，也有这样一个对比：2009年，最受欢迎的家用电器是电热水壶和电热毯，到了2017年，人们最喜欢的家用电器变成了净水器和扫地机器人。一位归国的留学生感叹：短短几年，连校门口的煎饼摊都用上了移动支付，这样的速度恐怕只能在供给日新月异、需求

持续进发的中国市场才能实现。从传统消费转向新兴消费，从商品消费转向服务消费，消费需求逐步由模仿型、同质化、单一化向差异化、个性化、多元化升级。消费结构升级，为中国经济转向高质量发展提供了动力支撑。

作用大，关注度也高，消费数据的波动总会引发很多关注。关于去年我国社会消费品零售总额的增速有所下滑，就有不少讨论，关键是如何形成正确的认识。实事求是地说，去年我国消费市场发展面临一定压力，但社会消费品零售总额增速下滑，主要体现的是“消费结构优化中实物消费占比下降、增速回落”的发展规律。去年，我国服务性消费占总消费支出已经达到49.5%，这“半壁江山”在社会消费品零售总额中并没有体现。正如商务部相关负责人所言，“社会消费品零售总额主要统计实物消费，消费预计仍将是经济的主要驱动力，主要增长点在服务消费”。

从多个维度看，我国消费市场今后潜力更大。近14亿人口的庞大市场、4亿中等收入群体的强大购买力，是任何国家都无法比拟的巨大消费力量，成为中国消费市场持续发展的最可靠保障。在消费升级的大趋势下，新产品、新服务具有巨大的想象空间。在国内某景区，自动定位、自动播报的电子导游解说服务，每天能卖出几万份。一个细节说明，经过40多年的快速发展，中国不仅形成了超大规模的消费市场，而且形成了更加追求创新和变化、更加偏好新产品和新体验的消费文化。近14亿人组成的超大规模市场，将会释放源源不断的消费潜力，足以支撑中国的高质量发展。

促进形成强大国内市场，进一步激发消费潜力，有利条件很多，努力空间也很大。产品质量还有提升空间，新兴消费还需发展壮大，消费环境还能继续改善，消费能力还要持续提升……踏踏实实化解这些难题，让老百姓吃得放心、穿得称心、用得舒心，亿万中国消费者的潜力就能汇小溪成大河，成为拉动经济增长的更强动力。