

多措並舉提振消費 培育完整需求體系

供需協同發力 讓百姓能消費敢消費

早前召開的中央經濟工作會議把「堅持內需主導，建設強大國內市場」列為2026年重點任務首位。在外部不確定性持續攀升之際，中國經濟正從「擴大消費」邁向「培育完整需求體系」的新階段。數據顯示，2025年前三季度，最終消費支出對中國經濟增長貢獻率達53.5%，比前年全年提升9個百分點。內需已成為拉動中國經濟增長的主動力和穩定錨。

展望未來，業內專家表示，從增加居民可支配收入、發展高質量消費升級與創新，到完善社會保障體系，消除居民「後顧之憂」，讓百姓能消費、願消費、敢消費一系列精準有效的政策舉措正在持續激活消費潛力。隨着供需兩端協同發力、收入分配與社會保障體系的日益完善，以及全國統一大市場建設的穩步推進，中國內需潛力將得到進一步釋放。



▲在2025服貿會主題展區泡泡瑪特展位，參觀者被潮玩玩偶吸引。新華社

大公報記者 李暢北京報道



▲一系列精準有效的政策舉措正在持續刺激消費活力，釋放內需潛力。圖為1月1日，旅客在京津文脈「津旅時光號」列車上拍照留念。新華社

「堅持內需主導不是簡單刺激需求，而是構建涵蓋生產、分配、流通、消費的完整內需體系。」中國人民大學重慶金融研究院副院長、研究員蔡彤娟表示，從供給端看，要提升產品與服務質量，使其更符合綠色化、智能化、高品質化等結構性需求；從分配端看，擴大中等收入群體、優化收入分配，是增強消費能力和穩定預期的關鍵；從流通端看，降低物流成本、完善現代流通體系，為國內大市場提供效率基礎；從消費端看，應提升居民消費能力與意願，使高質量、可持續、預期穩定的消費成為經濟增長主動力。

堅持內需導向不是收縮開放

提振消費不僅關乎國內供需平衡，更影響着中國與世界經濟的互動。蔡彤娟指出，堅持內需導向並不意味着收縮開放。「建設強大國內市場」是通過更強的國內市場吸納全球資源、吸引外資、穩鏈強鏈，同時推動外貿結構升級。數據顯示，2025年前11個月，中國貨物貿易順差達到1.08萬億美元，歷史上首次突破1萬億美元大關。「更具制度韌性、創新活力與公平透明度的國內市場，將成為提升中國在全球產業鏈位置、增強國際競爭力的核心支撐，也將成為世界共享的「開放型大市場」。」蔡彤娟說。

數據顯示，2021年至2024年，中國經濟保持了年均5.5%的較快增長速度，其中內需對經濟增長的平均貢獻率為86.4%。放眼當下，國內消費市場湧動着澎湃活力。消費品以舊換新政策加力擴圍，2025年前11個月帶動相關商品銷售額超2.5萬億元（人民幣，下同），惠及超3.6億人次；「贛超」「蘇超」等群眾體育活動火爆出圈，帶動地方文旅經濟「熱辣滾燙」……

服務消費升溫 成重要增長點

展望未來，蔡彤娟表示，「內需主導」將成為未來結構性改革的主線。中國擁有14億人口超大型市場優勢，居民消費率仍有大幅提升空間。隨着城鄉居民增收計劃、育兒補貼、消費品以舊換新政策落地，消費潛力正在釋放。服務消費持續升溫，成為擴大內需的重要增長點。此外，城市更新、重大項目建設等投資空間廣闊，能夠有效帶動民間投資活力。

值得一提的是，對於中國在擴大內需方面的頻繁發力，國際貨幣基金組織（IMF）、世界銀行等多家國際機構日前也紛紛調高2025年中國經濟增速預期。認為中國經濟展現出了顯著韌性，預測2025年經濟增長目標將順利實現，並相應上調2026年增長預期。



▲1月1日，2025年大規模消費品以舊換新政策實施，消費者在北京一家門店選購家電。中新社

2025年

消費支撐起半壁天
人均支出**2.16萬元**
53.5%的貢獻率
驅動增長的詩篇

前三季服務消費增速**5.2%**
潤澤平凡的日常
文體通訊領域兩位數增長
點亮生活新光

以舊換新風潮湧動
銷售額超**2.6萬億元**
惠及**3.6億**人次
持續釋放換新能量

入境消費之門越開越敞
八方來客正匯入東方
三季度超**2000萬**人次往來
「中國遊中國購」熱度揚

數據詩篇
執消費之筆，繪發展長卷

大公報整理

時間膠囊

2026年，最想支出的消費是？

新職場人王小姐
一件名牌飾品

- 平時工作很累，所以想買點東西送給自己。這筆消費不是衝動，是給自己的肯定與獎勵。

銀髮族倪奶奶
一次旅居養老行

- 我辛苦一輩子，如今老了就想和老伴兒去看看世界，舒舒服服地好好享受生活。

家庭主婦何阿姨
一台高端洗地機

- 洗地機能解放雙手，減輕我的家務負擔，也幫我換取更多陪伴家人、照顧自己的時間。

「北漂」李先生
一套北京房產首付

- 今年我擁有了在京購房的資格，奮鬥多年，很看好現在的購房時機，也想有個屬於自己的家。

消費升級

「以前買東西主要看價格，現在更關心它能不能讓我更輕鬆、更健康、更快樂。」住在北京朝陽區的劉小姐最近花5300元買了台全自動洗地機，「貴是貴了點，但每天能多出來半小時陪孩子讀書，很值得。」當前，內地居民消費需求正從「有沒有」轉向「好不好」，從注重功能價值延伸到追求體驗感和情緒價值。開一個盲盒、看一場演唱會……這些新興消費行為，反映出人們不再只為「省錢」而消費。

29歲的北京程序員月，每月在心理諮詢APP和瑜伽私教課上花費近4000元，「這錢花出去，我感覺是在投資一個更健康、情緒更穩定的自己。」白領林浩用年終獎買了人生第一張劇院年卡，「每周六晚放下手機走進劇



▲在浙江諸暨某珠寶城舉辦的狂歡購活動現場，顧客選購珍珠飾品。新華社

多管齊下促增收 保障居民消費能力

提振信心

國家金融與發展實驗室主任張曉晶向《大公報》表示，無論是通過增收減負提升消費能力，優化消費環境增強消費意願，還是針對性地解決制約消費的突出矛盾問題，都能在提振消費中發揮重要作用。

具體來看，張曉晶認為，拓展具體消費領域十分關鍵。「過去人們對於消費的理解，更多講的是維持生活、生存的消費。而現在，發展型消費、服務性消費蓬勃發展。」他關注到，近年來文旅行消費表現亮眼。文旅行消費兼具服務性、發展型和享受型消費的特徵，且具有較強的持續性。

「像人們去電影院觀影、去劇院看演出，或是外出旅行等消費活動，在一

定程度上能夠促進人力資本的提升，是一種人力資本投資。」張曉晶說，推動新質生產力發展，沒有高素質、高創造力的人才是不行的，而人才的培養與發展型消費息息相關，發展型消費是人力資本積累的重要方面。

張曉晶進一步分析，居民增收是擴大內需、促消費最基礎、最可持續的支撐。通過穩定就業、提高勞動報酬、拓寬財產性和經營性收入來源，能夠從根本上改善居民消費能力和消費信心，形成擴大內需的「內生動力」。

「促進居民增收，既需要加大就業支持力度，促進工資性收入合理增長，也要推動資本市場健康發展，穩定股市、樓市，增強人們對財產性收入的信心。」張曉晶表示。

新興消費迸發：體驗比省錢更重要

消費升級

「以前買東西主要看價格，現在更關心它能不能讓我更輕鬆、更健康、更快樂。」住在北京朝陽區的劉小姐最近花5300元買了台全自動洗地機，「貴是貴了點，但每天能多出來半小時陪孩子讀書，很值得。」當前，內地居民消費需求正從「有沒有」轉向「好不好」，從注重功能價值延伸到追求體驗感和情緒價值。開一個盲盒、看一場演唱會……這些新興消費行為，反映出人們不再只為「省錢」而消費。

29歲的北京程序員月，每月在心理諮詢APP和瑜伽私教課上花費近4000元，「這錢花出去，我感覺是在投資一個更健康、情緒更穩定的自己。」白領林浩用年終獎買了人生第一張劇院年卡，「每周六晚放下手機走進劇

場成了我最放鬆的時刻。」寶媽王小姐把孩子的周末從補習班換成了「戶外研學營」，「我不再只關心分數，更希望他有探索世界的能力。」

文化產業和旅遊經濟正成為重要的增長極與創新風口。近年來，從淄博燒烤到廣德「三件套」，從「蘇超」到「浙BA」，文旅行熱點此起彼伏，賽事經濟、演唱會經濟更為許多城市帶來巨大流量。居民的消費需求得到滿足的同時，各地消費市場活力也得到有效激活。



▲球迷和遊客在湖南懷化一處文景区觀看「湘超」比賽直播。新華社

開闢發展新路徑 「投資於人」解後顧之憂

專家解讀

「十五五」規劃建議和中央經濟工作會議，均再次強調並向社會釋放了「投資於物和投資於人緊密結合」的政策信號。國家金融與發展實驗室主任張曉晶表示，應通過發行國債、盤活資產，將資金精準導向教育、社保、公共服務等領域，從根本上夯實人力資本積累，以此同步激發需求側消費活力與供給側創新能力，開闢高質量發展新路徑。

財政部數據顯示，2025年，財政對民生領域的投入力度進一步加大，教育支出、社會保障和就業支出預算安排均接近4.5萬億元人民幣。通過擴崗穩就業、降低生育養育教育成本、完善養老服務體系等靶向施策，各地各部門努力解決城鄉居民的後顧之憂，為提振消費、暢通經濟循環疏通關鍵堵點。

如何讓「投資於人」更好發力、釋放更大效能？張曉晶表示，首先要織牢社會安全網，促進基本公共服務均等化。要進一步優

化財政支出結構，提高「投資於人」的比重。

在預算編制中，可將教育支出、技能培訓支出、基本公共衛生支出、科研人力資本支出等從社會消費性類別中剝離，歸類為「人力資本投資」或「生產性民生支出」。

他還提到，還要提高國有資本經營收益，充實社保和民生資金。此外，政府擁有大量存量資產，提高其收益率也為「投資於人」提供穩定的資金補給。