

基于“有钱花—敢花钱—想花钱”正向逻辑下的 扩大消费需求路径研究

武凤平 刘 颖 朱颖祺
中共张家口市委党校 河北 张家口 075000

摘 要：在构建新发展格局背景下，释放消费潜力是扩大内需的战略基点。本文基于“有钱花（促进收入增长）—敢花钱（提高社保水平）—想花钱（刺激消费需求）”的正向逻辑链条，结合预防性储蓄理论、边际消费倾向理论和需求层次理论，系统分析我国居民消费潜力释放的堵点与破解路径。研究发现，通过优化收入分配结构、提高社会保障水平、提升供给质量等政策组合，可有效破除消费抑制因素，推动消费需求有效释放。

关键词：消费需求；收入分配；社会保障；供给质量

从我国经济自身发展规律来看，还是从国际经济环境变化要求来看，构建新发展格局都是我们正确且必然的选择。分析我国经济发展现状，影响畅通国内大循环的矛盾主要方面已经从供给侧转向了需求侧，因此，今年的政府工作报告在十大任务部署中放在第一位的就是全方位扩大内需，扩大消费需求又是扩大内需的重中之重。

1 当前我国消费不振的现状分析

我国居民消费对GDP增长的贡献率远低于发达国家，消费不振表现为：

1.1 总量维度：消费引擎动力衰减

社会消费品零售总额增速下滑。2024年全年社会消费品零售总额达48.8万亿元，比上年增长3.5%，较2019年疫情前8%的增速下降明显，且显著低于同期GDP增速（5%）。2019年（8.0%）至2024年（3.5%）增速下降4.5个百分点，年均降幅0.9个百分点，显示消费市场进入中低速增长阶段。2024年消费增速（3.5%）低于GDP增速（5.0%），反映经济增长对投资的依赖加深，内需驱动转型任重道远。

2024年消费率（46.8%）较全球平均水平低15个百分点，表明供给端未能有效匹配新需求。

1.2 结构维度：需求升级与供给错配

经济增速放缓及疫情造成的阶段性经济停摆，使得广大居民对于以往消费习惯进行了反思，消费更理性。居民对于传统供给的边际消费倾向递减已成趋势，对于满足美好生活需要的需求层次提升要求明显增加。盲目消费减少了，品质消费、偏好消费、体验消费、悦己消费增加了。也就是说，在经济循环中，需求侧变化偏大，但供给侧创新不足，使得消费动力不足。

1.3 主体维度：消费主力军动能弱化

中产阶层是消费的主力军，近几年，我国经济相对疲软，尤其是疫情发生后，疤痕效应叠加，虽然GDP总量一直保持正增长，但微观层面感受依然偏冷，大众普遍感觉钱难挣了，没有钱支撑扩大消费。究其原因，一是中产阶层边际消费倾向下滑，因房价下行、股市低迷造成财富缩水，因经济景气指数不好对未来预期偏弱，中产阶层自觉提高预防性储蓄比例，压缩开支减少非必要消费。二是青年群体信用卡超前消费意愿降低、预防性储蓄意愿上升，消费能力受到制约。从数据来看，上世纪80年代至2024年，中国居民储蓄率保持在36%至45%之间。并且越是经济下行压力大，储蓄率越高。2024年我国居民储蓄率为43.4%，住户存款余额攀升至151.25万亿元，人均存款首次突破10万元。高储蓄率惯性主要集中于房子、教育、医疗、养老等预防性压力。

1.4 区域维度：城乡消费鸿沟扩大

城乡差距导致“消费断层”。2024年城镇居民人均消费支出3.4万元，农村居民仅1.9万元，城乡消费比达到1.8倍。其根源在于，一是收入差距，农村居民可支配收入为城镇的38%，财产性收入占比不足3%（城镇为12%）；二是公共服务缺口，医疗、教育支出占农村家庭收入比重达32%，高于城镇10个百分点，迫使农民储蓄率高达42%（城镇为28%）。2024年农村网购渗透率仅35%，而城镇达72%，数字消费鸿沟较为明显。

2 “有钱花—敢花钱—想花钱”的逻辑解构

对“有钱花—敢花钱—想花钱”正向逻辑进行解构，有利于在相关理论指导下更深入细致分析每个环节存在的卡点和堵点。

2.1 第一环节：有钱花—消费是收入的函数

消费作为经济增长的“压舱石”，其扩张动能的核

心来源于居民收入水平的持续提升。这一规律不仅体现在经典经济理论中,更被全球经济发展史反复验证。根据凯恩斯绝对收入假说,消费函数 $C = \alpha + \beta Y$ 表明,边际消费倾向(β)虽随收入递减,但消费总量始终与当期收入正相关。弗里德曼持久收入假说进一步告诉我们,消费决策更多取决于长期稳定收入。

2.2 第二环节:敢花钱—社保是消费的底气

社保体系通过医疗、养老、失业、工伤等多方面的保障功能,全方位地为民众消除经济生活中的后顾之忧,让民众有勇气、有底气在当下进行消费。它如同经济运行中的稳定器,调节着消费的节奏与规模,促进消费市场的持续繁荣,为经济的健康可持续发展注入源源不断的动力。如社保中的医疗保险,为民众构筑起抵御疾病风险的第一道防线。当民众患病就医时,医保能够按一定比例报销费用,极大地减轻了经济压力。以常见的住院治疗为例,在医保报销后,患者自付费用大幅降低,使得普通家庭能够承担得起原本可能望而却步的医疗服务。养老保险为老年人提供了稳定的经济来源,确保他们在退休后能够维持基本生活水平。有了养老金作为稳定收入,老年人在消费上更有信心 and 安全感。同时,稳定的养老保障也在一定程度上影响着代际消费。年轻一代看到父母有社保养老的坚实后盾,无需自己在经济上全力承担养老重任,也会减轻对未来养老的焦虑,从而更愿意在当下进行消费。他们可能会为自己购置房产、汽车,或在子女教育、家庭生活品质提升等方面投入更多资金,形成代际之间相互促进的消费良性循环。失业保险,在劳动者失业期间提供一定期限和金额的失业救济金,帮助他们维持基本生活开销。这笔资金能够保障失业人员在寻找新工作的过程中,不至于陷入生活困境,从而继续维持必要的消费,如食品、住房等基本生活消费。

2.3 第三环节:想花钱—创新是消费的动力

在全球经济从“生产驱动”转向“消费驱动”的今天,创新已成为激活消费市场、重塑消费格局的核心引擎。创新的本质是对消费痛点的深度解构。如智能手机,通过不断开发新功能,让一部手机在更便利沟通交流的基本功能基础上,还可以解决工作和生活中的绝大部分问题。美团外卖通过“线上平台+即时配送”的模式创新,解决了城市“最后一公里”餐饮消费的效率问题,2023年中国外卖市场规模达1.2万亿元,相当于再造一个“餐饮新生态”。创新还在打破时空边界,重构消费场景的“临场感”。直播电商的兴起便是商业模式与数字技术的双重创新这种“体验创新”本质上是对消

费心理学的深度应用,通过技术赋能,让消费行为超越物质获取,成为情感满足、社交认同乃至自我实现的载体。在消费市场面临需求收缩、技术迭代、模式重构多重挑战的今天,唯有持续创新才能突破增长瓶颈。

3 扩大消费需求的政策建议与实施路径

3.1 “有钱花”维度:夯实收入基础

发挥我国制度优势,与促进共同富裕同步推进居民增收。

3.1.1 各级政府要把稳就业摆在更加突出的位置,落实落细就业政策。稳就业既是民生工程,更是政治责任。各级政府必须坚持“就业优先”导向,以产业升级带动就业扩容,以技能革命破解结构性矛盾,以精准服务提升就业质量,以制度创新优化就业生态。相关部门要加强就业情况调查,把握人力资源、人力资本供需两端变化情况,双向发力促进就业。如了解企业招聘需要、待就业人员面临的求职困难,提供就业指导服务、技能培训、提供短期生活补助等。

3.1.2 打通债务偿还堵点。经济下行压力下,欠债成为制约消费的因素之一。打通债务偿还堵点,本质是重塑“负债-投资-回报”的经济循环。如政府欠企业的债,企业就可能出现资金运转困难,员工收入就会受到影响,消费就会紧缩。政府要尽快落实用专项债清理拖欠企业账款,要坚决治理企业欠薪问题。短期需以“精准拆弹”避免系统性风险,中期需通过结构调整提升偿债能力,长期需构建“审慎举债、高效用债、市场化偿债”的现代债务治理体系。

3.1.3 推进收入分配制度改革。收入分配制度要科学合理体现以按劳分配为主体、多种分配方式并存的分配原则。同时,要通过三次分配更好实现效率与公平相兼顾、相促进、相统一。要完善初次分配机制,向劳动和一线倾斜。提高劳动报酬占比,健全工资决定、合理增长和支付保障机制,推动企业建立工资集体协商制度,尤其在制造业、服务业等劳动密集型行业,逐步提高一线劳动者收入。要聚焦共同富裕重点领域,鼓励慈善资源投向乡村振兴、教育医疗、技能培训等领域,帮助低收入群体提升发展能力,实现“授人以渔”。要通过提高个税起征点、扩大专项附加扣除,让中低收入者有更多收入支配权。

3.1.4 完善农民财产性收入增长机制。根据国家统计局公布的数据(2024年),总体上看农民消费水平仅为城市居民消费水平的55.8%,理论上农民消费增长空间很大。要通过发展农村集体经济增加农民分红收入,通过承包地流转、集体建设用地入市、宅基地流转增加农民

财产性收入,提高农民消费能力。

3.2 “敢花钱”维度:强化社会保障

今年两会新词“投资于人”背后的理念就是服务民生,让老百姓实实在在体感到发展成果。其中强化社会保障是“投资于人”的重要体现。

3.2.1 加快普惠性民生建设。进一步推动基础保障扩容,提高基本养老保险参保率、跨省异地就医直接结算覆盖率及社区养老服务设施覆盖率超。提高城乡居民医保人均财政补助标准、大病保险报销比例,直接降低家庭医疗支出负担。优化服务网络优化,建成“15分钟医保服务圈”。

3.2.2 重点领域补短板。推进托育服务攻坚,加速发展普惠托育机构。加快建立新就业形态制度保障,让2亿灵活就业人员可以享受工伤等保险服务。促进区域均衡发展,中央财政转移支付中民生支出要重点支持中西部县域医疗、养老设施升级,缩小城乡公共服务差距。

3.2.3 创新保障供给模式。发展第三支柱养老保险。通过税收优惠激活个人参与个人养老金账户开户、缴存。提高商业保险补充作用,推动产品设计从“低价普惠”转向“精准保障”。加强数字化赋能保障,通过大数据动态识别困难群体,实现救助政策主动找人。

3.3 “想花钱”维度:激发消费意愿

消费意愿的提升需从供给侧改革与需求侧引导双向发力,通过提升供给质量、创新消费场景、优化消费环境,强化消费信心,破解“有钱不愿花”的困局。

3.3.1 提升供给质量,增强“消费定力”。提升供给质量本质是通过“提升产品和服务质量满足消费者需求升级要求”,形成“需求牵引供给、供给创造需求”的高水平动态平衡。这既需要企业加大研发投入、强化质量管控,也依赖政府完善标准体系、优化政策环境(如知识产权保护、绿色补贴)。当供给端能持续提供“安全可靠、创新多元、绿色低碳、服务贴心”的产品与服务,消费者自然愿意为品质买单,进而推动我国从“制造大国”迈向“品牌强国”,为经济高质量发展注入持久动力。

3.3.2 创新消费场景,重塑“体验价值”。通过文旅融合激活消费,满足国人游走祖国大好河山、体验各地风土人情,参与特色文化活动的热情。通过扩容夜经济满足年轻人在紧张忙碌的工作后的感情沟通、精神放松等方面的消费需求。通过建设元宇宙赋能新场景提供虚拟现实购物、数字藏品交易等新兴消费模式。

3.3.3 培育新消费业态,瞄准“需求升级”。支持国潮品牌高质量发展,让“情怀消费”拉动Z世代消费,增强文化自豪感。推动智能家居普及,让全屋智能系统、适老化智能设备等技术普惠释放银发消费潜力。促进健康消费深化,支持健康餐饮、功能性食品、运动健身相关产业健康发展。

3.3.4 优化消费环境,破除“排斥心理”。加强权益保护升级,以消费者权益保护倒逼产品和服务优化升级。推进反垄断促公平,让企业在自由竞争中优胜劣汰增强市场活力。引导绿色消费,加大节能家电补贴政策力度,全面推行碳积分兑换机制,公益公开宣传环保认证产品。

扩大消费需求是畅通国内大循环、实现高质量发展的核心命题。对于即将跨入高收入国家门槛的14亿人口的大国,一方面,在人民不断追求美好生活的过程中,潜在需求是巨大的,另一方面,我国拥有世界上最完备的工业体系,生产能力举世瞩目,服务意识不断增强。只要我们充分研究国内大循环堵点、卡点,基于“有钱花—敢花钱—想花钱”的正向逻辑,以系统性思维打通收入分配、社会保障与消费激励的协同链条,就能够实现“能力提升—预期稳定—意愿激活”的消费增长螺旋上升蓝图。

参考文献

- [1]朱之鑫.全方位扩大国内需求、提振消费的认识[J].经济导刊,2025(01):10-14.
- [2]沈建光.2025如何促销费[J].经济导刊,2025(02):18-21.
- [3]袁海霞.提振消费扩内需[J].经济导刊,2025(02):22-26.
- [4]高帆.在深化城乡融合发展中形成扩大内需的持久动力[J].国家治理,2024(23):43-49.