

以消费高质量发展推进消费提质扩容

依绍华

2026年7月13日，国务院批复同意的《扩大消费“十五五”规划》（以下简称《规划》）正式印发，这是我国首部聚焦消费发展的国家级专项规划，为未来五年提振消费、统筹中长期消费扩容提质擘画路线图。《规划》以扩大内需战略为根本遵循，锚定2030年社会消费品零售总额60万亿元、居民消费率稳步提升的量化目标，系统部署服务消费提质、商品消费升级、新型消费培育、增收富民、消费环境优化、长效机制完善六大核心任务，兼顾经济增长、为民惠民，创新引领与人的全面发展等多元价值导向，对培育完整内需体系、更好地满足人民群众对美好生活向往具有战略意义，是“十五五”时期我国消费扩容提质的总纲领、总遵循。

扩消费逻辑转向“为人的发展”服务

消费是畅通国民经济循环的关键环节，也是拉动经济增长的主动力。“十五五”时期，我国经济发展逻辑发生根本性转换，从过去侧重“投资于物、规模优先”全面转向“投资于人、民生优先”。《规划》立足高质量发展主线，统筹供需两端、兼顾短期扩容与长期提质，以满足人的需求、提高人的消费能力、推进人的发展为目标，将稳步提高城乡居民收入、织密兜牢多层次民生保障体系、持续丰富高品质商品与服务供给、系统优化全链条消费环境作为四大核心实施路径，构建“投资于人夯实需求底盘、投资于物完善供给载体”双向协同的长效机制。一方面，依托就业优先战略、城乡居民增收专项计划，健全工资合理增长机制，拓宽工薪收入、经营收入、财产性收入等多元增收渠道，持续扩大中等收入群体，从源头解决居民“不敢消费”的核心约束；另一方面，持续完善养老、医疗、托育、住房等普惠性民生保障，稳步提高医保、养老金财政补助标准，扩大长期护理保险、灵活就业社保等覆盖范围，降低居民预防性储蓄意愿，破解群众“不愿消费”的后顾之忧。



扩消费政策转向长效治本

《规划》以消费高质量发展为核心主线，通过完善分配、社保、供给、市场治理，培育消费内生增长动力，构建可持续的高质量消费生态。

一是总量提质，稳步做大消费市场底盘。依托“十四五”末期社会消费品零售总额50万亿元市场基础，循序渐进推动规模扩容，稳步向2030年60万亿元社会消费品零售总额发展目标迈进，同步持续提升居民消费率，实现规模增长与质量提升协同推进。进一步巩固消费对经济增长的第一拉动作用。

二是结构优化，推动消费板块均衡升级。随着居民人均可支配收入稳步增长、恩格尔系数持续下行，用于衣食温饱、基础家电等生存刚需的支出权重不断收缩。“十五五”时期，居民基本物质需求已得到充分保障，向发展享受型、服务主导型消费迭代升级，服务消费占比持续提升。2026年上半年服务零售额增速大幅高于商品零售额增速，居民人均服务性消费支出占总消费比重持续上行，对比发达国家55%以上的占比，中长期提升空间充足。《规划》针对性调整政策导向，不再单纯刺激刚需商品走量，而是通过以旧换新、专项消费补贴等引导居民存量刚需置换，加大发展类、享受

类产品与服务消费，加速完成消费需求重心切换。

三是补齐消费基础设施配置短板，缩小城乡、区域、群体间消费差距。在城乡维度，通过完善城乡流通基础设施、打通双向流通渠道，畅通再生产循环。进一步推进县域商业体系建设、乡村冷链物流下沉、乡镇便民商圈改造，补齐农村流通基础设施短板，推动优质商品、康养文旅、家政育儿等服务资源向县域和乡村延伸，弥合城乡居民消费资源获取落差；在区域维度，统筹东部与中西部、欠发达地区消费基础设施供给，平衡区域间商业设施配套、公共服务供给布局，优化线下商圈、便民商超、社区一刻钟生活服务圈建设，完善仓储冷链、智慧物流、停车配套等硬件支撑，避免消费资源过度集中于核心城市。

四是构建公平有序、安全放心的消费环境。强化消费市场监管，规范市场秩序，严厉打击假冒伪劣、价格欺诈、虚假宣传等违法行为，健全消费者权益保护机制，畅通消费者投诉维权渠道。依托数字化手段升级消费场景，培育智慧商圈、便民数字服务，保障不同区域、不同群体平等享有便捷、优质、可及的消费服务。健全市场信用和消费者维权保障体系，破除服务业准入、异地消费、节假日消费等限制性政策，规范平台经济经营行为，打造安全、便利、公平、多元的消费环境，把满足人民美好生活需要贯穿扩大消费全过程。

精准聚焦破解结构性错配问题

《规划》将消费置于“生产—分配—流通—消费”全链条统筹布局，推进供需双向匹配，瞄准当前消费痛点，破解结构性错配。

一是提高供需适配率。一方面，推动商品消费扩容升级，立足居民差异化消费诉求，依托产业技术创新、工艺迭代与本土品牌培育，做强国货高端自主品牌矩阵，大力发展柔性生产、个性化定制、细分场景专属产品供给，精准匹配品质化、特色化、体验式消费需求。另一方面，推动服务消费提质惠民，扩容养老、托育、康养等民生类服务供给，打造精细化、定制化服务套餐，依托数字技术打通消费端需求数据与生产端制造链条，以消费需求反向引导产品研发、产能调配，提升供需匹配效率。多元培育线上线下融合、沉浸式体验等新型消费场景，以人工智能深度赋能消费全链条，持续优化供给结构、流通渠道与体验

模式，推动消费重心由生存型实物消费向发展享受型、服务主导型消费转型，更好地满足消费多元化需求。

二是针对不同群体消费能力不均的问题，优化普惠式供给方式，夯实消费根基。《规划》以公平普惠为核心导向，推动消费基础设施城乡全域覆盖、公共消费服务均等化，缩小城乡、区域、不同群体间消费差距，保障低收入群体、农村居民、老年群体平等享有优质消费资源，打破消费领域壁垒。针对低收入群体，强化基础性民生商品保供稳价，完善平价商超、社区便民网点布局，依托社保、补贴政策夯实基本消费底线，保障衣食住行等刚性消费需求；面向中等收入群体，持续丰富高品质商品、休闲服务、文化体验供给，满足个性化、改善型升级诉求；同时，兼顾老年、青少年、特殊困难群体的专属消费需求，布局适老化设施、普惠文体项目、助残便民消费场景。

完善促进消费制度机制 统筹高质量发展

《规划》聚焦构建系统化、可持续、多维度协同的长效制度框架，通过破除制度壁垒、夯实多元支撑体系、强化统筹安排，持续化解供需错配、区域分化、消费预期偏弱等中长期矛盾，为消费提质升级提供基础性制度保障。一是将短期稳消费举措与中长期制度建设相衔接，把培育新业态新模式新场景、优化消费结构、完善民生保障嵌入常态化制度范畴，统筹协调消费升级与产业转型、民生保障、城乡发展政策，实现促消费、稳就业、提收入、优供给制度联动，形成支撑消费持续扩容的制度支撑。二是破除市场准入制度壁垒，打通消费升级堵点。清理各类限制性措施，如汽车领域由购买管控转向使用管理，优化购车指标差异化分配措施；优化住房公积金制度使用方式，拓宽改善型住房、周转房等使用场景；对文旅、文娱活动简化审批程序，推行“一站式”线上联审，降低服务类消费参与门槛。三是破除区域市场分割，打通废旧商品回收跨区域流转卡点堵点、完善家电等消费品以旧换新跨品牌收旧体系，规范线上线下一体化收旧等新模式合规标准；鼓励品牌门店、社区同步布局数字体验场景，持续拓宽服务消费覆盖范围，助力数字新业态、线上消费场景全域落地。■

作者单位：中国社会科学院财经战略研究院

（责任编辑 许小萍）