



编者按：2022年12月，中共中央、国务院印发《扩大内需战略规划纲要（2022—2035年）》，针对制约扩大内需的主要因素，围绕“十四五”时期实施扩大内需战略的主要目标，明确了重点任务和重要举措。当前和今后一段时期，通过扩大内需以促进经济增长已成为当务之急。为此，本刊特邀请专家学者探讨金融和财政等政策如何助力实施扩大内需战略，以及金融机构和平台企业如何在其中更好地发挥作用。

发挥金融在扩大消费中的重要作用

何德旭

按照2022年底中央经济工作会议的判断，我国经济恢复的基础尚不牢固，需求收缩、供给冲击、预期转弱三重压力仍然较大，外部环境动荡不安，经济发展面临的困难挑战很多。在此背景下，要做好当前及今后一个时期的经济工作，要推动经济运行整体好转、实现经济质的有效提升和量的合理增长，要加快构建新发展格局、着力推动高质量发展，要扎实推进中国式现代化，为全面建设社会主义现代化国家、实现共同富裕开好局起好步，就必须坚持扩大消费、扩大内需，充分发挥金融在促进消费增长中的积极作用，进而通过消费的扩大促进经济增长。

50

通过扩大消费以促进经济增长已成当务之急

消费作为最终需求，是畅通国内国际大循环的关键环节，是经济增长的重要引擎，对经济具有持续、长久的拉动力。扩大需求特别是扩大消费，已经成为推动经济运行整体好转的重中之重。近些年，消费已连续成为拉动我国经济增长的第一动力。相关数据显示，近十多年来，除去个别年份，最终消费支出对于GDP增长的贡献率都保持在60%左右，平均贡献率超过50%。这表明中国内需增长已逐渐向以消费为主要拉动力的方向转变，扩大内需需要更多地发挥消费的作用，只有积

极而有效地扩大消费才能在更大程度上扩大内需，促进经济增长。2022年的情况从反面提供了佐证。由于疫情的反复冲击，2022年的消费增长出现断崖式下滑，从而导致全年经济增长受到巨大影响。2022年最终消费贡献率为32.8%，只占2021年最终消费贡献率65.4%的一半，比最终消费贡献率平均53.9%的水平也低了20多个百分点，这是有数据记录以来仅次于2020年水平的历史第二低位。最终消费贡献率创下的历史低位也直接导致2022年经济增长创下历史次低水平。

党的二十大报告明确指出，要着力扩大内需，增强消费对经济发展的基础性作用；要倡导绿色消费，推动形成绿色低碳

的生产方式和生活方式。2022年底的中央经济工作会议也提出，着力扩大国内需求，要把恢复和扩大消费摆在优先位置；要增强消费能力，改善消费条件，创新消费场景；要多渠道增加城乡居民收入，支持住房改善、新能源汽车、养老服务等消费；还要围绕经济发展和民生急需，推动补短板重大项目建设，着力消除制约居民消费的不利因素。2023年1月28日国务院常务会议指出，要针对需求不足的突出矛盾，乘势推动消费加快恢复成为经济主拉动力；要加力扩消费；要促进汽车等大宗消费政策全面落地；要组织开展丰富多样的促消费活动，促进接触型消费加快恢复。

随着中央和地方一系列恢复和扩大消费政策措施的贯彻实施，今年年初以来消费得到了一定程度的恢复。1~4月份，社会消费品零售总额同比增长8.5%。从动态变化看，增速逐月攀升，1~2月份同比增长3.5%，3月份同比增长10.6%，4月份同比增长18.4%。但从总体上看，消费的潜能还没有充分发挥出来，消费偏弱的格局还没有得到根本性改变，需求不足仍是当前经济运行、经济发展面临的突出矛盾。特别是，进一步释放消费潜力，促进消费持续恢复，还面临诸多难题。这里面既有短期疫情冲击的影响，又有长期消费结构升级、收入水平提高面临的挑战，还涉及房地产市场、生产与流通、产业链供应链安全、平台经济等方面的问题。

恢复和扩大消费是构建“双循环”新发展格局的内在要求，通过发挥政策组合拳的作用，全面创新提质、稳住消费基本盘，通过挖掘消费潜力来发挥我国超大市场的作用，为经济回稳向上、平稳运行提供强劲的需求侧动力，成为今年推动经济快速恢复并保持稳定的首要任务。因此，在当前情势下，进一步激发消费活力、挖掘消费增长潜力、提振和扩大消费需求极为重要，亟须采取更具针对性、更加切实可行的措施继续恢复和扩大消费，为促进经济持续恢复向好提供有力支撑。

金融助力扩大消费责无旁贷

恢复和扩大消费是一个系统工程，涵盖的内容极为丰富、涉及的问题也非常多。扩大消费，解决消费能力有限、消费意愿不足等方面的难题，需要多管齐下，从多方面着手、全方位推动。金融作为现代经济的核心，在扩消费、促增长中居于十分重要的地位，扮演着十分重要的角色，可以说，金融助力扩大消费责无旁贷，必须高度重视发挥金融在扩大消费中的积极作用。

一些发达国家甚至一些发展中国家十分注重发挥金融在解决消费不足问题中的突出作用。这从各国大力推进和发展消费金融、消费信贷，都有一个发达的消费金融体系和灵活的消费金融政策等现象中就可以窥见一斑。金融创新既能够直接促进消费的扩大，如消费信贷；也可以间接促进消费增长，如通过支持企业生产和经营，增加就业，增加居民收入，进而促进居民消费。包括信用卡、消费信贷、分期付款平台等多种形态在内的消费金融行为、消费金融活动、消费金融制度安排，已经成为鼓励和刺激消费、促进消费市场活跃的重要工具。

2022年4月，国务院办公厅发布的《关于进一步释放消费潜力促进消费持续恢复的意见》明确指出，要推动商业银行、汽车金融企业、消费金融企业等提升金融服务能力，引导金融机构在风险可控和商业可持续前提下丰富大宗消费金融产品门类；鼓励保险公司针对消费领域提供保险服务；强化县域银行机构服务“三农”的激励约束机制，丰富农村消费信贷产品和服务，加大对农村商贸流通和居民消费的金融支持力度。2023年1月28日，国务院常务会议特别提到要合理增加消费信贷。前不久，金融监管部门明确表示，要围绕教育、文化、体育、娱乐等重点领域，加强对服务消费的综合金融支持。这充分表明，我国决策和管理层已经深刻认识到了金融在助力扩大消费中的巨大作用。

2022年以来，为稳定和扩大消费，发放消费券、开展集中促销、延续实施新能源汽车免征车辆购置税等一系列政策措施接连落地，为金融支持消费拓宽了应用场景、提供了施展空间。无论是商业银行、消费金融公司，还是电商平台、互联网企业、金融科技公司等，都在消费金融市场提质、扩容、创新等方面作出了巨大努力，也为消费市场带来了一些积极的变化。

理论上，金融对消费的影响体现在多个方面，货币政策的变化、利率的调整、商业银行的信贷行为、资本市场的财富效应以及保险市场的深度和广度等，都会从不同的角度影响企业和城乡居民的消费。当前情势下，一个值得进一步关注和思考的问题就是，储蓄（包括利率的调整）作为与消费密切相关的金融行为，对居民消费是否会产生影响、产生多大程度的影响以及如何产生影响。比如，2022年居民储蓄存款出现快速增长。2022年12月末，储蓄存款余额同比增长17.4%，增速比上年同期加快6.7个百分点；2022年全年新增居民储蓄存款17.84万亿元，比上年多增7.93万亿元。今年3月末，住户的人民币存款余额是130.23万亿元，比上月末增加了2.91万亿元，比年初增加了9.9万亿元。今年第一季度，人民银行城镇储户问卷调查显示，倾向于“更多消费”和“更多投资”的居民分别占23.2%和18.8%，倾向于“更多储蓄”的居民占比仍然高达58%。储蓄存款高增长引发了对疫情期间居民少消费带来的“超额储蓄”的广泛关注。随着疫情防控政策的全面放开，市场对于前期的“超额储蓄”转化为后期消费抱有极大的期待。虽然储蓄的释放必然有助于扩大消费，但这些所谓的“超额储蓄”到底能否真正转化为现实的消费，以及在多大程度上转化为消费，显然还需要进一步观察和具体分析。

金融助力扩大消费大有用武之地

如何发挥金融作用以促进消费的扩大，这不是一个新问题。早在七年前，

也就是2016年3月,中国人民银行、银保监会就联合印发了《关于加大对新消费领域金融支持的指导意见》(以下简称《意见》)。该《意见》从积极培育发展消费金融组织体系、加快推进消费信贷管理模式和产品创新、加大对新消费重点领域金融支持、改善优化消费金融发展环境等方面提出了一系列金融支持新消费领域的非常全面、非常具体的政策措施。

有鉴于此,对金融机构来说,现在助力扩大消费,关键是要突破传统的思维方式,找准着力点,不断创新金融服务工具和产品,持续做好相关工作,充分发挥金融对消费的促进作用。

在助力释放消费潜力方面,金融机构要在深入了解市场需求、市场变化趋势的基础上,不断开拓新的消费场景,根据不同收入群体的特征提供差异化的消费需求。我国区域辽阔、人口众多,消费市场规模庞大,不同群体的消费需求、消费意愿、消费能力、消费方式和信用情况存在巨大差异。在这种情况下,金融机构就应根据不同群体的不同消费需求有针对性地开展消费金融服务。其中,一个值得关注的群体就是城镇化进程中出现的大量新市民。金融机构要为新市民安居乐业提供周到、细致的消费金融服务,支持新市民稳定就业和创业、满足合理购房信贷需求,并为其购买小汽车、家具、家电等合理消费提供适当的消费信贷产品。在这方面,2022年3月,银保监会、人民银行专门出台了《关于加强新市民金融服务工作的通知》,提出金融机构要针对新市民在创业、就业、住房、教育、医疗、养老等重点领域的金融需求,按照市场化法治化原则,加强产品和服务创新,完善金融服务,高质量扩大金融供给,提升金融服务的均等性、普惠性和便利度。服务好、满足好新市民的金融需求,促进新市民加快融入城镇,对促消费扩内需意义十分重大。在这个过程中,金融机构必须加快数字化转型,通过数字赋能,多举措开展金融消费产品和服务创新,拓展线上线下重

点消费场景,开拓消费新空间,释放消费潜力。

在助力推动消费升级方面,金融机构要找准着力点,抓主要矛盾和矛盾的主要方面,在一些新消费领域、重点消费领域加大支持力度。根据国家出台的鼓励汽车、家电等大宗消费政策,金融机构要完善已有的信贷、融资服务方案,推动落实扩大汽车消费、促进绿色智能家电消费等一系列政策措施,更有针对性地促进重点领域扩大消费。相关数据显示,家电、家居、餐饮、汽车消费额占我国社会消费品零售总额的近30%,这些潜力、空间巨大的消费市场,显然离不开金融机构的大力支持。通过汽车、家电等方面金融产品和服务创新满足消费者需求,就能够更大幅度地提升消费动能。

在助力激发消费意愿方面,针对我国现在消费金融服务对象还没有完全覆盖农村居民、农村消费市场巨大这一客观现实,金融机构有必要大力推动县域金融消费体系建设,着力降低农村居民消费信贷成本,激发农村消费意愿。在不同的区域,我国居民收入水平、消费习惯、消费能力等存在巨大的差异,客观上使得金融机构的消费金融业务在经济发达地区发展较快,而在广大偏远落后的农村地区发展缓慢。具体表现在,一方面,东部地区个人消费贷款余额占全国个人消费贷款余额比例达到70%以上,而中部、西部和东北地区的个人消费信贷市场规模在人民币贷款中的比重则相对较小;另一方面,商业银行的住房贷款、汽车贷款、信用卡贷款等产品的主要服务对象是有一定经济基础的城镇居民,而真正适合农村居民的金融消费产品和服务还比较少。相关数据显示,我国乡镇和村两级消费市场占我国消费市场总体比例已经超过30%。因此,金融机构支持农村消费市场发展潜力巨大。针对农村居民,金融机构可以运用先进的信息技术手段,通过更精准的客户画像和大数据分析,刻画出农村居民的信用状况和借贷习惯,打造线上、线下相融合的便捷的金融服务模式,创新适合农

村居民特点的消费信贷产品,大幅降低农村居民消费信贷成本,进一步增强农村居民资金获取能力。针对农村市场主体,金融机构可以通过消费金融服务下乡进村,聚焦特色产业,为县域商贸、物流、供销等领域企业和合作社提供资金结算、供应链融资、财务管理等金融服务,为符合条件的农村市场主体提供中长期贷款支持。

近期,部分金融机构和部分省份开展金融助力扩大消费的有益探索。比如,中国工商银行推出了全新的消费服务平台“工银e生活”APP。围绕百货商超、餐饮、购车、家装、旅游等居民消费场景,打造用户与商户、供给与需求、线上与线下高效对接的消费金融服务平台,进一步完善了消费新业态、新模式、新场景,助推消费恢复和升级。2023年2月,重庆银保监局会同重庆市金融监管局、重庆市商务委出台了14条举措,围绕金融支持消费恢复、助力扩大内需等方面,引导辖内金融资源进一步加强对消费供给侧和需求侧的双向支持,有序推动消费供给提质优化,促进消费需求释放,融合丰富消费场景,支持消费市场纾困。相关措施包括有序激发重庆城乡居民消费潜力,支持居民刚性和改善性住房消费,优化汽车金融服务;创新推出新市民专属金融产品,满足新市民消费信贷和保险保障需求;大力支持绿色消费,通过利率优惠、息费补贴等形式,促进当地居民耐用消费品的绿色更新和品质升级。

最后需要特别强调的是,金融支持扩大消费的内在机制或者说根本途径,还是在于金融对市场主体的支持、对实体经济的支持,必须加大金融服务实体经济的力度,提高金融服务实体经济的水平和能力,增强金融服务实体经济的效率。没有实体经济质的有效提升和量的合理增长,就没有城乡居民的就业和收入增长,居民消费的扩大也就缺乏坚实的基础。■

作者系中国社会科学院财经战略研究院院长

(责任编辑 许小萍)