

“新消费+新制造” 联手稳定内需动力

杜平



在中美经贸摩擦的大背景下，应抓住机遇转危为机，坚持供给侧结构性改革主线，供需双管齐下，以“新消费+新制造”联动加快新旧动能转换接续，培育增强新动能，打通供需两端畅通经济循环，以新供给创造新需求

2019年下半年以来，在全球经济动能预期减弱影响下，三季度制造业投资、消费增速在快速回落，浙江内需动力有逐季弱化趋势，有必要以“新消费+新制造”联动^①，从供需两端发力稳增长，以新供给创造新需求。

存在问题

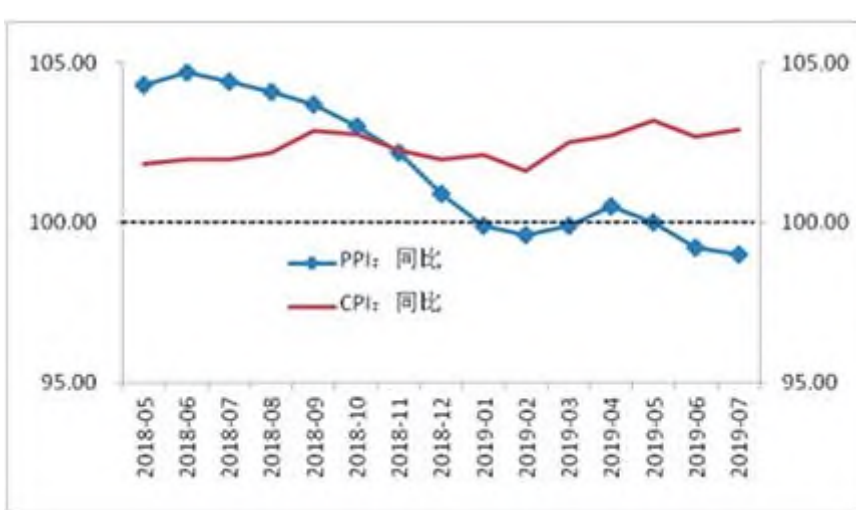
消费意愿不断增强而消费增长趋于下滑形成“消费悖论”，受中美经贸摩擦影响，部分制造企业意图拓展国内市场但受阻较为严重，居民消费预期或趋于保守，结构性通缩与通货膨胀并行，增加了经济下行压力，经济循环不够通畅，存在滞胀风险隐忧。

消费增速不断回落。尽管由于“国五”汽车去库存降价拉动，6月汽车销售额增长45.8%，消费短期有所回升但总体呈快速下滑态势。2019年1-7月，浙江全社会消费品零售额增长8.8%，不仅低于2017年和2018年同期的10.1%、9.9%，也低于1-6月的9.3%，已接近省政府年度社零增幅设定目标8.5%的底线；7月限额以上消费品零售额同比下降2.9%，分别低于2017年和2018年7月的10.2%和4.9%。消费领域痛点堵点多，据统计2019年上半年长三角地区消保委共受理投诉件上升11.8%，其中产品质量和售后服务问题占50%以上。然而，2019年上半年浙江消费者信心调查指数与五年前的110相比，提升约20个点至130上下，绝对值高于全国平均水平。消费意愿不断增强，消费增速却不断下滑，形成明显的“消费悖论”。

图表 1 浙江省消费者信息上涨与消费增速回落（月度）



图表 2 浙江省居民 CPI 上涨和工业 PPI 紧缩（月度）



经济下行压力加大。7 月份浙江 CPI 上涨 2.9%，其中猪肉价格上涨 23.1%、鲜瓜果价格上涨 44.7%，大多数消费品和服务项目价格同比持续上涨。8 月全国猪肉价格同比上涨 46.7%，鲜果价格上涨 24.0%。受猪肉、鲜果价格等 CPI 快速上涨等因素影响，全社会消费品零售额增速回落，终端需求不足拖累生产。旧动能不断下滑，但新动能增长尚不能有效填补空缺，工业领域出现持续通缩。1-7 月，浙江工业生产者出厂价格指数 PPI 和购进价格 PPIRM 同比、环比连续下降，降幅均比上半年扩大 0.2 个百分点，同时全社会用电量和工业用电量下滑，显示当前经济下行压力较大。7 月，工业生产者出厂价格下降 1.0%，环比下降 0.2%；购进价格同比下降 3.5%，环比下降 0.6%。8 月，我国制造业 PMI 指数为 49.5，连续 4 个月处于 50 的荣枯线以下，美欧日等四大经济体制造业月度 PMI 均低于 50，美国近 3 年多来 PMI 首次出现下降，全球制造业疲态显现。三季度预计工业生产总体处于收缩状态，企业仍在主动去库存。

产业梯度转移有加速迹象。近十年浙江制造业增加值占 GDP 比重以年均 1 个百分点左右的速度下降，目前约为 31%。2019 年 1-7 月，规上工业销售产值、增加值持续下滑，增速分别从一季度的 10.4%、8.9%下降至 4.8%和 6.2%，降速过快，创近三年来新低。虽然 1-7 月浙江制造业投资增长 16.3%，但比 1-6 月回落

了 2.2 个百分点，制造业投资意愿总体仍在下降趋势。调研发现部分受中美经贸摩擦影响的机电产品、纺织、汽摩配件等制造企业，已将产能转移到东南亚等关税影响较小的邻近区域；部分企业则在观望犹豫，一方面，前往泰国、柬埔寨、越南等地考察，综合评估企业迁出浙江的利弊，另一方面，考虑扩大国内市场的可能性，但普遍面临国内市场开拓难、创牌难、营销渠道难等问题。



若干原因

消费增速下滑除了教育医疗高房价挤压消费等因素外，生产与消费领域“堵点”“痛点”比较明显，需求外溢、供给体系不能及时回应消费者诉求，居民消费预期发生变化，以及新旧动能转换接续不畅、劣币淘汰良币等因素影响明显，公平竞争营商环境亟需进一步优化完善。

——多层次多样化产品和服务有效供给不足，质量标准体系和消费环境存在缺陷，商业欺诈、虚假宣

传、质量问题等，低水平供给抑制了居民消费需求、消费升级，也间接影响着产业升级和投资结构优化。尤其在教育、养老、医疗、娱乐服务等行业有效供应不足，优质的餐饮消费、健康消费、教育消费、知识消费、家庭服务消费等供给不足，中高端消费品供给不足，很大程度上制约了居民消费潜力释放。近两年浙江最终消费率（最终消费/GDP）虽有所提升，但仍不到 50%，低于全国 55% 的平均水平；居民消费支出比重不到 40%，远低于发达国家和地区 50%-70% 区间水平。

——消费信用体系尚未健全、消费者对国内品牌产品缺乏信心，以及制造企业出口转内销受阻，产销渠道不畅，内需大量外溢，营商环境亟待进一步优化。一方面，消费者抱怨在国内买不到好产品或产品性价比不高，消费者得不到实惠，消费需求趋于疲软；另一方面，浙江大量消费需求外溢，海淘市场一度火爆，国内生产的好产品往往要在国外绕一圈才能回来，消费者对信用体系、对国货缺乏信心。据商务部门估算，每年我国至少有 1 万亿元境外消费，其中浙江居民境外消费贡献大，多个城市人均境外消费已高于北京、上海。出口转内销见效相对慢，譬如，宁波中哲集团 2009 年开始转型做内贸，经过十年努力培育国内品牌，近两年企业才收到较好成效，利润大幅增长。

——当前制造业中小企业大多仍以订单为导向，还没有大规模步入以消费需求为导向的研发设计和制造时代，供需不匹配，产品滞销积压传统容易导致企业面临经营困难乃至破产风险。一方面，量大面广的外贸中小制造企业在开拓国内市场过程中，账款回收、信贷支持等屡屡遭遇壁垒，内销产品资金回笼周期长或成为长期应收账款。另一方面，在传统产业链发展模式，信息不对称，消费需求感知不灵敏，且相对于批零商，制造企业明显承担更大的产供销责任，导致企业库存等资金占用成本较高。不过，调研也发现诸多积极信号。譬如传统纺织服装领域的浙江金蝉布艺，近两年领先一步在生产销售两端通过建立 O2O 营销渠道全覆盖、重金研发 ERP 定制柔性生产系统等实现了业绩大幅增长。

——由于恶性竞争、监管不完善、政策导向不清晰等，生产流通消费领域存在明显的“劣币淘汰良币”，影响了产业提质和消费升级，影响了新旧动能转换接续。虽然调研过程中也看到各地“新消费+新制造”正在形成新的产业生态链，但好的企业生存难和新业态新模式推广难是共识，有的得不到有效推广应用，有的经营和产权得不到有效保护，有的得不到研发、土地、信贷等政策及时支持。譬如，一批融合线上线下、打通生产和销售两端的新平台，虽能提供更高标准更好品质的产品，但在新品开发、人才引进、品牌推广、设计研发等环节存在不少困难，亟需政策层面支持。再譬如，一批 2 亿元上下的规模制造民营企业想主动扩大新经济投资，但苦于拿不到土地指标项目迟迟无法落地。

对策建议

在中美经贸摩擦的大背景下，应抓住机遇转危为机，坚持供给侧结构性改革主线，供需双管齐下，以“新消费+新制造”联动加快新旧动能转换接续，培育增强新动能，打通供需两端畅通经济循环，加强信用体系建设，营造最优营商环境，支持出口转内销促进形成强大国内市场，以新供给创造新需求。

增强消费领域优质供给。基于互联网平台的新消费成为趋势，网络零售增速持续多年保持在 20% 以上，互联网逐步成为智慧消费、服务消费、绿色消费、定制消费、时尚消费的主平台，孕育着许多消费新增长点。落实省委《关于完善促进消费体制机制进一步激发居民消费潜力的若干意见》，实施“双十百千万”促消费工程，实施步行街改造、快递下乡、商贸流通企业转型升级等一批消费领域重点投资项目，激发居民养老、育幼、教育、健康、旅游等重点领域消费，培育消费新增长点。大力推动人工智能、消费互联网、物联网等“新基建”，鼓励各地采取补助前置的方式升级智慧商圈，鼓励传统百货店、老旧工业厂区等改造为商业综合体、消费体验中心等新型消费载体，打造 15 分钟消费便民圈，完善线上线下融合的消费者维权服务体系，发挥消费对经济稳定器作用（增长贡献率约 60%）。建立完善促消费体制机制联席会议制度，

研究制定加快发展流通促进商业消费等居民消费配套政策，落实职工带薪年休假制，深化三农和户籍制度等领域改革，多措并举促进城乡居民收入增长，有效启动农村市场。加强服务消费统计监测。

稳定制造业投资需求。落实民营经济发展 31 条，加大减税降费政策落实落细力度，破除不同所有制经济的要素配置、市场准入等隐性壁垒和歧视，引导金融机构增加对制造业、民营企业的中长期融资，鼓励运用新办法新模式解决融资难融资贵、连带责任重等问题。鼓励各地加强土地、信贷等资源要素保障，大力引进集成电路、柔性电子、工业机器人、芯片设计、人工智能、高端装备、生物医药等中高端项目，加大力度落实科技新政、人才新政，加强传统产业技改支持，平稳新旧动能转换接续，打造长三角世界级产业集群。实施城镇老旧小区改造、城乡冷链物流设施建设等补短板工程，稳定制造品投资需求，增强投资意愿，努力将制造业比重长期保持在 30%左右，防止过快下滑，稳定就业、稳定实体经济、稳定经济增长。落实国家加快完善市场主体退出制度改革方案，健全企业和自然人破产制度，优化企业破产注销程序，降低市场主体退出成本。

促进线上线下融合。消费互联网时代，人人互联、人机互动产生大量数据，消费数字化带动了产业数字化、设计数字化，倒逼出云计算、大数据、物联网等新技术，也促进了人工智能、区块链等发展。加强现代服务业与先进制造业深度融合，大力推广淘工厂、网易严选等互联网平台经济，发展一批消费新业态新模式、培育一批制造细分领域品牌、认证提升一批产业集群、拓展一批跨境电商平台，推动以数字化新消费带动数字化新制造，消费互联与工业互联互动，以销定产，解决供需错位。加大工业互联网专项支持，大力推广阿里 supET、一云通、生意帮、众车联、印染 大脑、中之杰等一批行业新制造平台（工业互联网），改造提升传统产业，打造工业互联网示范区，增强新技术新产业新业态新模式“四新”经济，加快新旧动能转换接续。

推动出口转内销。加大对美出口企业开拓国内市场支持力度，建立高效的出口转内销机制，在扩大内需消费市场上出实招、新招。推动扩大内外销产品“同线同标同质”实施范围，引导外贸出口企业打造自有品牌，拓展内销市场网络。围绕农业、制造业、商贸流通等重点领域，鼓励应用区块链、大数据、人工智能等新技术，深化供应链金融试点，创新一批供应链金融发展模式，鼓励银行探索类似出口中信保担保的内销信用担保模式，破解中小微企业、内外贸企业和民营经济发展中的信用瓶颈、资金瓶颈，支持实体经济发展。进一步优化新业态新模式行政审批流程，对符合一定条件的新业态申请执照适用简易程序，并在促进公平竞争、一照多址、减轻税费负担等方面提供支持。

① 新消费，主要指基于互联网数字化新技术融合线上线下、以消费者体验为中心不断形成的实物消费和服务消费需求，既包括传统业态模式的升级也包括新业态新模式等新兴消费方式；新制造，主要指基于互联网运用大数据、云计算、物联网、人工智能等新技术形成的智能制造，或改造传统制造形成高度灵活的个性化、网络化、协同化生产链条升级，泛指产业数字化、数字产业化。