

【政策解读】扩大内需、优化结构、提振信心——2024 年政府工作报告可选消费行业相关内容解读

——联合资信 工商评级一部|肖怀玉|宁立杰

【摘要】2023 年以来，各地各部门围绕促进汽车、家居、品牌消费和餐饮业高质量发展等，推动出台支持恢复和扩大消费的系列政策措施。随着扩内需和促消费政策的落地见效，我国服务消费市场持续向好，线下消费潜力不断释放。为实现经济稳步回升的目标，《2024 年政府工作报告》提出了一系列发掘消费潜力、调整消费结构、优化消费环境、推动外贸发展等方面的工作任务，这也体现了消费在支撑国民经济回升、拉动经济增长的重要性。

一、2023 年促消费政策发力，居民消费有所回暖

《政府工作报告》（以下简称“《报告》”）在回顾 2023 年度工作中提及“围绕扩大内需、优化结构、提振信心、防范化解风险，延续优化一批阶段性政策，及时推出一批新政策，打出有力有效的政策组合拳”“出台支持汽车、家居、电子产品、旅游等消费政策，大宗消费稳步回升，生活服务消费加快恢复。”

2023 年，促消费政策不断，居民消费持续回暖。各地各部门围绕促进汽车、家居、品牌消费和餐饮业高质量发展等，推动出台支持恢复和扩大消费的系列政策措施，并举办一系列活动，居民线下活动恢复，居民消费对经济贡献有所提升。为促进消费复苏，国务院办公厅转发国家发展改革委《关于恢复和扩大消费措施的通知》，把恢复和扩大消费摆在优先位置，从稳定大宗消费、扩大服务消费、促进农村消费、拓展新型消费、完善消费设施、优化消费环境等方面提出针对性举措，进一步释放消费潜力。2023 年 7 月 12 日，商务部等 13 部门发布《关于促进家居消费若干措施的通知》，从提升供给质量、创新消费场景、改善消费条件、优化消费环境等方面提出多项政策举措，并推动业态模式创新发展。



国家统计局数据显示，2023年，社会消费品零售总额47.15万亿元，较上年增长7.2%；全国居民人均可支配收入39218元，较上年名义增长6.3%，扣除价格因素，实际增长6.1%；全国居民人均消费支出26796元，较上年名义增长9.2%。2023年，内需对经济增长的贡献率达到了111.4%，最终消费支出对经济增长的贡献率超八成，达82.5%，继续发挥着经济压舱石的作用。

二、持续扩大内需，居民收入稳步增长

《报告》明确了“加大宏观调控力度，统筹扩大内需和深化供给侧结构性改革”的方向，设定了“国内生产总值增长5%左右；居民消费价格涨幅3%左右；居民收入增长和经济增长同步”的目标，倡导“各地区各部门要多出有利于稳预期、稳增长、稳就业的政策，谨慎出台收缩性抑制性举措，清理和废止有悖于高质量发展的政策规定。”

在世界经济复苏乏力、地缘政治冲突加剧的背景下，扩大内需对经济持续好转尤为重要。5%的国内生产总值涨幅目标在低基数效应基本消失的情况下并非易事，预期政策重点将在扩大国内需求上持续发力。居民消费价格和居民收入的增长预期有利于提振市场信心，为积极的财政政策和稳健的货币政策留有一定空间。随着促消费政策的陆续落地，国内消费需求将持续释放，消费品市场库存压力有所缓解后，供需有望总体平衡，物价温和回升。国际方面，在全球宏观经济缓慢复苏、地缘政治形式复杂和各国货币政策趋紧等背景下，2024年大宗商品市场需要一定时间的调整，大宗商品价格将随之波动。

三、激发消费潜能，优化消费环境

《报告》在2024年政府工作任务部分指出了“着力扩大国内需求，推动经济实现良性循环”，明确了“促进消费稳定增长”方向。

具体来看，《报告》提出“增加收入、优化供给、减少限制性措施”等方面综合施策，激发消费潜能。相关政策的出台有利于扩大消费空间。汽车、住房等领域曾在特定背景下受限制性措施影响较大，其消费潜力在减少限制性措施背景下将进一步释

放。此外，《报告》在房地产行业方面部署了“优化房地产政策，对不同所有制房地产企业合理融资需求要一视同仁给予支持，促进房地产市场平稳健康发展。”相关政策的陆续推出，对于增强房地产企业信心、支持居民端合理购房以及稳定房地产市场平稳发展起到重要作用，有望对家电、家居等领域的消费需求形成一定支撑。

《报告》提倡“培育壮大新型消费”，具体为促进数字消费、绿色消费、健康消费等方面，培育智能家居、文娱旅游、体育赛事、国货“潮品”等新的消费增长点。近年来，居民消费能力、主力消费群体等方面产生新变化，在业态、模式和消费内容等方面加速革新的新型消费蓬勃发展。以化妆品行业为例，我国化妆品行业国产替代化、高端化趋势明显，2023年，敷尔佳、润本股份等个护美妆企业完成上市。

随着我国汽车、家电等传统消费品市场步入增量和存量并存的时代，《报告》提出了“鼓励和推动消费品以旧换新，提振智能网联新能源汽车、电子产品等大宗消费”等方向。在汽车、住房和其他消费品的二手交易平台兴起的背景下，对传统消费品的“回收换新”新模式预示循环经济产业链的快速发展，这也将带动相关行业的产供销、上下游协同发展。随着消费者对“人工智能”“绿色低碳”等概念的关注度提升，汽车、家电、消费电子等行业上下游产业链有望在2024年进入新阶段，形成更新换代规模效应。

《报告》明确了在2024年开展“消费促进年”活动，实施“放心消费行动”，结合2023年消费补贴政策对居民消费支出的促进作用，消费环境的持续优化或将进一步拉动国内需求。

四、跨境电商业态的发展、国际物流体系的建设或将进一步拉动消费品外销

《报告》提出“推动外贸质升量稳”，具体将从加强进出口信贷和出口信保支持，优化跨境结算、汇率风险管理等服务，促进跨境电商等新业态健康发展，优化海外仓布局，加快国际物流体系建设，打造智慧海关等方面加快外贸发展。

2023年，受国际局势不确定性增强、人民币汇率波动等因素影响，我国外贸承

压，进出口总值为 41.76 万亿元，同比增长 0.2%。2024 年 1—2 月，我国货物贸易进出口总值 6.61 万亿元，同比增长 8.7%，实现良好开局。随着与共建“一带一路”国家合作日益密切，国际物流体系、金融服务等配套完善，汽车、家电等出口产品或将进一步巩固竞争优势，进一步拉动消费品外销。

总体看，恢复和扩大内需是 2024 年经济持续向好的关键所在，政府工作报告中多次提及要扩大内需、促进消费、激发消费潜能，充分体现了消费对经济增长的重要性，消费主引擎作用更加凸显。展望 2024 年，消费增长潜力有望得到更加充分的释放，汽车、家电、家具等主力消费品有望进入新阶段，形成更新换代规模效应，新型消费场景会不断扩宽，以满足消费升级的需要，可选消费行业外部环境会更加良好。

联系人

投资人服务 010-85679696-8624 chenjialin@lhratings.com

免责声明

本研究报告著作权为联合资信评估股份有限公司（以下简称“联合资信”）所有，未经书面许可，任何机构和个人不得以任何形式翻版、复制和发布。如引用须注明出处为“联合资信评估股份有限公司”，且不得对本报告进行有悖原意的引用、删节和修改。未经授权刊载或者转发本研究报告的，联合资信将保留向其追究法律责任的权利。

本研究报告中的信息均来源于公开资料，联合资信对这些信息的准确性、完整性或可靠性不作任何保证。本研究报告所载的资料、意见及推测仅反映联合资信于发布本研究报告当期的判断，仅供参考之用，不构成出售或购买证券或其他投资标的的要约或邀请。

在任何情况下，本研究报告中的信息和意见均不构成对任何个人的投资建议。联合资信对使用本研究报告及其内容而造成的一切后果不承担任何法律责任。