



消费为王

韩哲

新时代，消费为王。

过去一年，党中央国务院先是专门发文促消费、抛出各种消费大礼包，继而中央经济工作会议提出要促成国内强大市场，并点名要加快教育、育幼、养老、医疗、文化、旅游等服务业发展。

在促消费这件事上，从政府到企业，无不用心，无不用力。政府在减税降费和提升营商环境，企业在打造新零售和智慧商业，致力于让老百姓敢于消费，愿意消费。

恰恰也是这一年，消费降级被舆论反复打捞。事实上，消费降级被渲染，更多是因为消费升级缓慢。这些年，大旅游、大文化、大健康等消费非常活跃，越来越多的人走进电影院、出国自由行、跨境电商和代购的兴盛，正在于消费升级的外溢效应。但消费升级并不如市场预期那样提速和扩容，而是在经济下行周期里频繁遭遇摩擦。

摩擦来自供需的结构性失衡。如今，

排浪式消费的时代已经一去不复返了。在新消费时代，不仅拼的是“供给创造需求”，更拼的是品牌。品牌代表的是品质、趣味和体面，代表的是“吃得放心、穿得称心、用得舒心”。

发展是硬道理，高质量发展是新道理，满足人民日益增长的美好生活需要，总是要落在消费身上的。

靠负债投资的旧增长模式几近终结，成为轻易不启的“潘多拉魔盒”。未来，中国经济的轨道，无非是服务立国、消费为王和创新至上。三者殊途同归，共同指向高质量发展。而创新和服务，最终都是为了让消费买单。

消费，说易也易，说难也难。消费具有相当程度上的弹性，购物更加便捷、新的消费业态出现了、更吸引人的消费产品推出，都将提升消费的潜力。供给自动创造需求，萨伊定律一直稳定有效。另一方面，刺激消费的诸多政策固然重要，但根本之策却不在消费本身，而在供给侧改革。

收入仍是决定消费的根本变量，即使是边际效应递减，消费不会随着收入的提高而等比例提升，但消费仍将是趋增的。诺奖经济学家弗里德曼对于收入和消费有这样的论述，决定消费水平高低的不只是眼前的收入，而是其可以预计到的长期收入。通俗讲，有信心才敢花钱。

我们有失有得。老龄化和低生育下，人口红利渐行渐远。但过去40年的经济增长和财富效应，让中产红利渐行渐近。如何激活4亿中等收入群体的消费，让这4亿最有实力和意愿消费的群体敢于“大手大脚”花钱，是我们改革的“缪斯”。

高质量消费之所以区别于粗放型消费，在于前者需要配套更加精细化的改革和开放。国家经济要增长，政府分配要让利。经济越是发展，确权越是关键。稳定市场预期和化解制度性焦虑，大消费则水到渠成。

消费为王，其实是改革为王。唯有改革为王，眼里才有光。

评选历程

建立候选品牌库

专业评审团提名

专业评审团评审

2018年11月13日-20日

2018年11月21日-12月7日

2018年12月10日-19日

2019北京商业品牌大会暨2018年度(第十四届)北京十大商业品牌揭晓活动于1月10日落幕，北京十大商业品牌评选第十四次榜样遴选工作正式完成。北京十大商业品牌评选每年从北京商业领域遴选出北京商业的年度榜样，这一活动已然成为商业与政府、商业与社会、商业与消费者沟通的桥梁。

2019年1月10日

2019年1月2日-5日

2018年度(第十四届)北京十大商业品牌揭晓

评审委员会确认榜单

2018年12月20日-2019年1月1日
公众网络投票