

国内大循环格局改变了什么

变革总是发轫于危机之时。

国内疫情得到控制后,提振消费、释放被抑制的消费需求,给生产和消费端提出了新课题。面对百年未有之大变局,中国正在推动形成以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局。目的是通过发挥内需潜力,使国内市场和国际市场更好联通,更好利用国际国内两个市场、两种资源,实现更加强劲可持续的发展。



内循环如何激活内需潜力

国内大循环,主要表现在生产、流通、分配跟交流上,这意味着这些环节主要通过国内来完成。在这一体系下,大部分产品会由国内企业来生产,再由国内的消费者来消费,以充分发挥我国超大规模市场优势和内需潜力。但是随着外国商品的不断涌入,国人对外国商品的依赖程度不断扩大,在这种情况下,我们应该以国内大循环为主,不断开发国内市场潜力,为经济发展提供源源不断的动力。

在世界经济低迷、全球市场萎缩的外部环境下,必须构建新发展模式,高度重视国内市场,把国内市场做大做强,使其成为中国经济应对世界经济不确定不稳定的根基。

构建新发展格局离不开消费的引领作用。消费作为“生产-分配-流通-消费”循环的起点和终点,是一切社会形态中生产的最终目的。消费状况成为对生产发展状况、生产水平和质量以及生产关系的最终检验。因此,只有充分发挥消

费的引领作用,社会再生产各个环节才能正常运转,流通的桥梁纽带作用才能更好地发挥,产业结构和产品结构才能更好地满足消费需求,国民经济循环效率才会更高。

当然,消费起到引领作用时,更要强调品质消费这一关键因素。不可否认,我国整体消费向服务消费升级,商品消费向中高档升级,服务消费向提质增效升级。尤其是疫情期间线上与线下消费的互通有无,增强了人们对高品质消费的诉求,推进了我国消费品市场转型升级和供给结构优化的步伐。

此外,零售新模式、新业态以从未有过的速度发生着改变,促使线上供给端能够更好地满足消费升级的需要。对于企业来讲,更要思索高品质的商品与高品质的服务如何能再进一步,跟上甚至引领消费发展,比消费者更懂消费者,让各项服务走进消费者的心坎。企业向线上摸索时,自然需要在提高消费者黏性上多下功夫,以确保增长持续。