

[DOI] 10.19653/j.cnki.dbcjdxxb.2024.02.001

[引用格式] 毛中根, 贾宇云. 把握数字消费高质量发展的着力点[J]. 东北财经大学学报, 2024(2): 3-13.

把握数字消费高质量发展的着力点

毛中根, 贾宇云

(西南财经大学 中国西部经济研究院, 四川 成都 611130)

摘要: 推进经济高质量发展必须构建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, 发挥消费对经济发展的基础性作用。数字经济快速发展, 引发居民消费发生巨大变革, 在消费主体、消费客体和消费环境方面, 数字消费都呈现出典型的新特征。数字消费有助于提升消费需求、有助于推动产业结构升级、有助于促进供需匹配。应着力于消除城乡消费差距过大、推进新型基础设施建设、培育供需匹配创新动力和推进数字消费治理升级等多个方面, 助推数字消费高质量发展, 加快构建双循环新发展格局。

关键词: 数字消费; 消费升级; 高质量发展; 供需匹配; 新发展格局

中图分类号: F124 **文献标识码:** A **文章编号:** 1008-4096(2024)02-0003-11

在经济全球化退潮、全球供应链收缩和新冠疫情冲击下, 国际经济循环格局发生深度调整, 国际大循环地位不断下降。2020年5月, 中央政治局常务委员会会议提出“构建国内国际双循环相互促进的新发展格局”^[1]。在新发展格局中, 需要实施扩大内需战略与供给侧结构性改革相协同, 使生产、分配、流通、消费各个环节更多依托国内市场实现良性循环。经济发展必须顺应消费发展新趋势, 不断增强消费的基础性作用。同时, 随着互联网、区块链和人工智能等新技术融合发展, 数字经济已渗透到人类社会各领域。《中国互联网发展报告2023》数据显示, 中国数字经济取得较快发展, 数字经济规模从2012年的11.0万亿元增长至2022年的50.2万亿元^[2]。数字经济引发居民消费发生巨大变革, 数字技术进一步丰富消费内容, 扩大消费群体, 推动消费主体、消费客体和消费环境发生根本性转变。数字消费成为国家政策的重要着力点, 《中华人民共和国国民经济和社会发展第十四个五年规划和2035年远景目标纲要》提出, 要培育新型消费, 发展数字消费。随着消费对经济发展的基础性作用日益增强, 数字消费将成为畅通国内大循环、促进国内国际双循环、推动经济走向高质量发展的重要动力。

收稿日期: 2024-02-03

基金项目: 国家自然科学基金重点项目“新时代居民消费发展的驱动机制及政策研究”(72033007); 国家自然科学基金面上项目“绿色消费的内涵刻画、指数测度及发展机制研究”(71873107)

作者简介: 毛中根(1975-), 男, 湖南武冈人, 教授, 博士, 博士生导师, 主要从事消费经济研究。E-mail: maogeng@swufe.edu.cn

贾宇云(1994-), 男, 重庆人, 博士研究生, 主要从事消费经济研究。E-mail: 549845101@qq.com

一、数字消费高质量发展的现实背景

中国经济发展进入新阶段, 面临具有高度不确定性的外部环境, 需要全面促进消费, 实施扩大内需战略, 促进形成强大国内市场, 构建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。

(一) 新发展格局下消费重要性凸显

改革开放以来一段时间, 中国经济通过低要素成本和出口导向型工业化实现经济高速增长, 这种依靠要素投入、规模扩张为主要手段, 忽视质量效益的粗放式增长不具有可持续性。2017年, 习近平总书记在党的十九大报告中提出中国经济已由高速增长阶段转向高质量发展阶段。2021年, 习近平总书记强调要“准确把握新发展阶段, 深入贯彻新发展理念, 加快构建新发展格局, 推动‘十四五’时期高质量发展”^[3]。

新发展格局下消费重要性凸显的原因有两个: 一是以国际大循环为主的外向型经济不可持续。1978年, 邓小平提出对外开放, 为中国外向型经济发展奠定了重要基础。1988年, 十三届二中全会讨论通过沿海发展战略, 发挥中国劳动力资源充足的优势, 吸引外商直接投资。2001年, 中国成为了世界贸易组织(WTO)成员国, 在此之后逐步塑造了外向型经济的整体架构, 稳步上升为世界主要的出口国和对外直接投资国, 国际大循环对促进经济增长发挥了重要作用。2008年后, 全球金融危机、逆全球化趋势和中美贸易摩擦等不利因素对国际贸易产生巨大冲击, 国际大循环地位逐渐降低。2020年, 面对新冠疫情的冲击, 全球产业链和供应链发生局部断裂, 这一现象也对国内的经济循环产生了不利影响。2020年, 习近平总书记提出, 要充分发挥国内超大规模市场优势, 逐步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。二是消费是构建“双循环”的基础。构建新发展格局, 关键在于确保经济循环的畅通无阻, 这需要充分利用市场资源, 确保各种生产要素组合在生产、分配、流通、消费各个环节中有机衔接^[3]。这需要进一步扩大国内需求, 全面促进消费, 提升消费层次, 而非仅仅依靠政府加大投资力度。2008年全球金融危机后, 中国采取积极的财政政策等宏观调控措施, 在增加了国内需求的同时也造成产能过剩、债务高企等负面影响。因此, 扩大内需要发挥消费对经济发展的基础性作用, 推动需求侧管理与深化供给侧结构性改革有效协同, 使建设超大规模的国内市场成为一个可持续发展的历史过程。

(二) 消费升级成为全面促进消费的关键因素

居民消费对经济发展的重要性不断提高, 在实际发展中, 消费环节仍然是制约经济高质量发展的关键问题。近年来, 最终消费支出对GDP增长的贡献率不断增加。同时, 居民消费率表现却不尽如人意^[4]。2000年后, 消费对GDP的贡献率整体保持平稳上升趋势, 与发达国家水平相比, 仍存在较大差距^[5]。最终消费支出对GDP增长的贡献率代表着消费、投资和出口三者间相对速度的变化, 平稳上升意味着最终消费稳定增长的同时, 投资和出口增速放缓。而居民消费率则受国民收入分配和居民消费倾向影响。消费支出对GDP增长贡献率和居民消费率展现出的消费“悖论”意味着, 虽然居民消费的重要性提高了, 但扩大居民消费仍然是未来发展的重点。其中, 消费环节的关键问题在于消费升级, 一方面, 消费升级关系到人民生活的真实效用水平, 是推动经济高质量发展的应有之义。另一方面, 消费升级能够促进产业结构升级和经济增长模式转换^[6]。推动消费升级最重要的影响因素有两个: 一是受居民可支配收入影响。根据凯恩斯的绝对收入假说, 收入的增加会降低边际消费倾向。不同收入阶层消费者的消费升级状况也不同, 低收入阶层与中高收入阶层的消费水平差距仍在逐渐增大^[7]。二是受供需匹配影响。供给能力及其结构是限制内容

升级的核心,它们不仅为消费需求的满足提供物质基础,而且将引导消费升级。供需之间的不协调不可避免地会对消费升级持续产生影响^[8]。

(三) 数字技术迅猛发展引发经济变革

自信息革命以来,以信息技术为主的一系列技术密集型工业压倒传统的劳动密集型工业和资本密集型工业。以云计算、大数据和人工智能为代表的新一代信息技术的快速发展,引发社会经济结构的变革。马克思在《资本论》中论述了科学技术对生产的重要作用,即科学技术是推动生产力变革的关键要素,生产力变革则带来生产关系变革。基于这一逻辑,数字技术的迅猛发展,使人类社会进入继原始社会、农业经济、工业经济后的又一发展阶段——数字经济^[9]。当前,世界各国已将数字经济作为推动经济发展的重要手段,大数据、云计算、移动互联网、物联网、人工智能、区块链、5G等数字技术构建了全球数字经济的主要技术基础。《全球数字经济白皮书(2023年)》数据显示,2022年,美国、中国、德国、日本和韩国5个国家的数字经济总量为31万亿美元,数字经济占GDP比重为58.0%,较2016年提升约11个百分点;数字经济规模同比增长7.6%,高于GDP增速5.4个百分点^[10]。各国发展数字经济的重点集中于数字技术、产业数字化和数据要素领域。数字技术领域,2022年,全球数字经济独角兽企业达1032家,较上年增加10家。产业数字化领域,全球产业数字化转型进入规模化扩张和深度应用阶段,数字化转型应用领域由生产研发向供应链协同、绿色低碳方向延伸,推动产业高端化、智能化、绿色化、融合化发展。数字要素领域,各国将行业数据空间作为数据流通的关键基础设施。

中国数字经济发展也取得巨大成就。一方面,数字经济规模急剧扩大,2005年,数字经济增加值达2.6万亿元,仅占GDP的14.2%;2022年,数字经济增加值达50.2万亿元,占GDP比重提升至41.5%。另一方面,政府高度重视数字经济发展,2017年,数字经济被写入党的十九大报告;2022年,党的二十大报告提出推动数字经济与实体经济融合发展战略部署,将实体经济作为数字经济“下半场”的主攻方向和关键突破口。数字经济推动产业数字化和数字产业化发展,不断推动创新链、产业链和供应链的数字化升级,在此过程中,居民消费的形态也产生巨大转变,并反过来对生产发展产生不容忽视的重要作用。

二、数字消费的内涵与特征

随着数字经济不断渗透,数字消费呈现出快速发展态势。数字消费在消费主体、消费客体和消费环境三个方面都呈现出新特征。

(一) 数字消费的内涵

以新一代信息技术为主的数字技术引发经济变革,数字技术不仅在智能制造、产业升级等方面发挥巨大作用,也催生了诸如网络购物、网络直播和在线医疗等数字化新型消费模式。一些研究关注到数字技术对居民消费的影响。韩文龙^[11]认为,数字技术改变了消费的内涵,数字技术不仅创造出新的消费需求,也对消费内容和消费模式产生深刻影响。任保平等^[12]认为,在数字经济的引领下,居民消费呈现出强劲增长态势,居民消费发展态势背后,则显示出消费者行为新特征。数字经济发展引领居民消费变革是深刻的,不仅限于产生新的消费客体,而且使消费主体和消费环境发生新变化。韩庆龄^[13]认为,随着数字技术水平的不断提高,数字经济实现了高速发展,新技术、新业态和新产业不断涌现,数字技术通过影响消费者的消费偏好和消费需求,推动消费主体、消费客体和消费环境产生相应变化。高振娟等^[14]认为,数字经济引导消费方式从传统的线下模式向现代化的线上模式转变、促使消费结构从对物质的需求向精神层面的满足转变、推动消费

层次由发展型向共享型和服务型演进, 进而推动消费水平从低端向高端跃迁, 推动消费升级。

在数字经济背景下, 居民消费在各个方面都呈现出新特征, 因而将数字经济和居民消费概念相结合, 提出“数字消费”概念具有重要意义。陈鹏和龙玥儿^[15]将数字消费解释为数字技术与消费行为耦合, 即个体通过数字技术和互联网等工具进行消费活动, 并认为数字消费无疑是消费史上的颠覆性革命。杨巨和彭浩^[16]借鉴《中国数字经济发展白皮书(2021年)》中对数字经济的四种分类形态——数字产业化、产业数字化、数字化治理和数据价值化, 将数字消费定义为与信息通信产业直接关联的手机、通讯等现代数字产品的消费, 此处数字消费主要涉及数字产业化。赖立和谭培文^[17]将数字消费的内涵进一步完善, 认为数字消费不仅涵盖以数字商品和数字化商品为主的消费对象, 而且反映了数字经济时代社会关系的新变化, 并且, 数字消费主体还具有现实空间和数字空间的身份“重叠性”和交流“互动性”。赖立和谭培文对数字消费的定义并不局限于数字消费客体, 其内容更加完备和深刻, 认为数字消费并不简单等于数字技术在居民消费领域的运用, 在生产和消费的辩证关系中, 消费对于生产也具有不可忽视的重要作用, 现实中数字消费引领着居民消费领域产生全面而深刻的变革。

本文将数字消费界定为在数字经济背景下, 以数字技术为核心载体的消费现象, 包括数字新兴产品消费和传统产品线上消费等, 并在消费主体、消费客体和消费环境都呈现出显著的新特征。数字消费对推动社会生产方式转变、产业结构升级以及经济高质量发展产生重要影响, 从而进一步凸显居民消费在经济发展中的基础性作用。

(二) 数字消费的发展特征

消费主体特征。数字消费主体特征主要表现为三个方面: 一是消费主体的主导性凸显, 数字技术大幅降低消费过程中的交易费用, 促使厂商面临更激烈的竞争。零成本的线上沟通, 促使厂商将按照消费者的个性化需求进行设计与生产。二是不同消费群体特征明显。1995—2009年出生的“Z世代”成为数字消费主力军, 随着数字经济的全面渗透, 中老年人逐渐接纳数字消费^[12]。阿里研究院2020年发布的《后疫情时代的老年人数字生活》提出, 中国人口老龄化呈现出边富边老与数字经济加速发展叠加效应。三是消费主体选择的不确定性增加。数字技术促进信息传播, 但信息传播过快则会产生反作用, 消费者无法辨别和处理, 受不良信息的诱导产生非理性消费。

消费客体特征。数字消费客体特征主要表现为两个方面: 一是在数字技术推动下, 消费客品种类更加丰富。随着数字产业化和产业数字化进程推进, 生产过程趋向智能化和自动化, 这不仅丰富了消费对象的种类和覆盖范围, 还拓宽了消费的新领域和新场景。进一步, 数字技术提高教育服务、购房服务等服务的流动性, 将原来不可贸易品转化为可贸易品。二是在消费主体主导下, 因厂商竞争加剧推动消费客体品质提高、价格下降。数字消费打破以往厂商间的竞争格局, 使厂商在线上“面对面”竞争, 直接面对同行竞争者, 激发厂商以创新争取市场份额, 倒逼厂商降低价格, 提升产品和服务品质。

消费环境特征。消费环境指消费者面临的自然环境和社会环境。数字消费自然环境特征表现为两个方面: 一是数字技术降低生产和消费活动对自然环境的损耗, 有助于推动绿色消费发展。数字要素本身在一定程度上以知识、技术、信息和数据替代自然资源、生态环境要素成为新的关键生产要素。数字技术可以重新配置劳动力、资本等生产要素, 有效整合产业链资源, 提升资源利用效率。二是数字消费平台打破传统消费模式的地域限制。线上消费和支付使消费者即时作出消费决策, 随时随地“任性”消费成为常态。数字消费的社会环境特征则表现为, 数字技术发展缓解了市场的信息不对称。数字技术使生产、流通、分配、消费各个环节的信息更加透明, 消费者能根据获得的各个环节信息作出更加理性的消费决策。数字消费时代以评论、分享为代表的消

费者信息共享机制,使厂商更加注重口碑,降低由信息不对称带来的道德风险。一旦消费者利益受损,消费者可通过投诉、举报等消费者权益保护机制,进一步捍卫消费者权益。

三、数字消费高质量发展水到渠成

全面促进消费是构建国内国际双循环新发展格局的重要举措。数字经济时代,数字技术融合到居民消费各个环节,推进数字消费高质量发展对构建国内国际双循环新发展格局具有重要意义。

(一) 数字消费有助于提升消费需求

数字经济已成为推动经济高质量发展的重要引擎。2022年,中国数字经济规模达50.2万亿元,占GDP比重达41.5%。数字经济重构社会经济的生产、流通、分配和消费各个环节,数字消费逐渐成为驱动居民消费升级的关键因素。一是数字消费催生出新需求,通过优化消费结构推动消费升级。数字技术不仅能够拓宽消费产品和服务的渠道,还能创造新产品和新服务。由数字技术催生出新型消费品,能够实现消费者对精神层面的追求,促使居民消费向更高层次升级。数字消费作为新型消费的典型代表,其迅猛发展正促使消费模式发生变革,带动消费结构升级,是推动数字经济发展的核心动力,也是促进国内需求加快恢复、持续扩大的重要力量。二是数字消费能够促使消费者形成新型消费习惯和消费偏好,进一步提高消费水平。居民消费存在示范效应和棘轮效应,数字消费过程中信息传播的零边际成本极易引发新的消费热点。消费习惯一旦形成便难以逆转,由此产生的棘轮效应将促进居民消费迈向更高水平^[1]。三是数字消费更易传递消费品信息,破除消费升级的障碍。数字消费拓宽消费者视野,扩大消费选择空间,促进消费者自我需求的实现。

(二) 数字消费有助于推动产业结构升级

数字消费主要作用于推动产业结构升级,对供给侧产生巨大影响。在生产和消费的辩证关系中,生产决定消费的方式,消费也反作用于生产,创造出新的生产需求。遵循这一关系,数字消费对产业结构升级的影响主要有三个方面:一是数字消费催生出新的虚拟消费品,推动数字产业化发展。随着移动互联网的普及,消费场景从线下逐渐转为线上,线上消费既包括通过数字平台购买传统的实物消费品,也包括购买游戏、音乐和电影等虚拟消费品。虚拟消费品不仅使消费者的精神需求得到满足,也吸引大量厂商进入,进而促进数字相关产业发展。二是数字经济有助于缩小国内市场与国际市场的差距,吸引消费回流。构建新发展格局,不能仅将视角聚焦于国内市场,也要关注国际市场的发展,以国内大循环促进国际大循环。以往由于经济发展更注重速度而非质量,消费者的中高端需求无法从国内市场得到满足,国际知名品牌的价格在国内外有较大差异,境外购买需求比较强烈。数字经济时代,数字消费注重以消费者需求为导向,数字技术发展也使生产端能够满足消费者的差异化需求。此前部分境外消费将回流至国内市场,厂商能够获取更多中高端市场份额,并推动国际知名品牌调整国内发展战略,推动产业结构升级。三是数字消费有助于增强创新能力,推动厂商参与国际竞争。一方面,数字消费不仅创造新的消费需求,也促使传统消费向数字化转型,这要求厂商要加大创新力度,以迎合消费需求的演变趋势。另一方面,数字消费促使产业数字化和数字产业化发展,使厂商建立起在数字经济方面的竞争优势,促使国内厂商与国际市场需求接轨,助力其参与国际化竞争。参与海外经营的厂商能够有效吸纳国际创新成果和管理经验,反哺国内数字化发展,进一步提升数字技术创新水平。

(三) 数字消费有助于促进供需匹配

推动经济高质量发展,构建国内国际双循环新发展格局,重点在于打通生产、分配、流通、

消费良性循环之间的堵点，促进生产要素自由流动和资源优化配置，提高国民经济循环效率，这需要统筹扩大内需和深化供给侧结构性改革，形成更高水平动态平衡。其中，扩大内需并非是指盲目借贷扩大投资、过度刺激消费，畅通经济循环也并非是指畅通物流，推动低层次物流循环。本质上是要推动扩大内需与深化供给侧结构性改革相结合，实现供需匹配，建设全国统一的大市场，畅通国内大循环。数字消费发展有利于实现供需匹配。其作用机理是数字消费催生出依托数字技术和移动互联网的新消费模式，大量厂商通过新消费模式完成产业数字化转型，从而有效连接生产端、流通端和供应链。中国拥有广阔的消费市场，也拥有世界上最大规模的制造业体系，问题在于供给端和需求端不能实现有效对接，从而影响国内经济大循环。在数字消费的促进下，需求端能够更好地满足消费者需求，供给端能够进一步促进产业发展，最终实现消费和产业“双升级”。

四、数字消费发展现状与政策梳理

（一）数字消费发展现状

数字经济发展推动数字消费规模不断扩大。数字消费基础不断夯实。国家统计局数据显示，2010—2022年，中国互联网网民人数从4.6亿人上升至10.7亿人，互联网普及率从2010年的34.3%上升至2022年的75.6%。网民数量的急剧增长意味着中国拥有巨大的潜在数字消费主体规模。在此基础上，网络消费规模屡创新高。国家统计局数据显示，2015年全国网上零售额为3.9亿元，2022年则上升至13.8万亿元（如图1所示），网络市场规模居全球第一。虽然新冠疫情期间网上零售额增速下降至20%以下，但是，2023年，网上零售额仍保持强劲增长势头，全国网上零售额达15.4万亿元，同比增长11.0%。其中，网络零售中实物商品占比最高，7年间稳定在80%左右。以上数据表明，中国数字消费处于持续增长阶段。

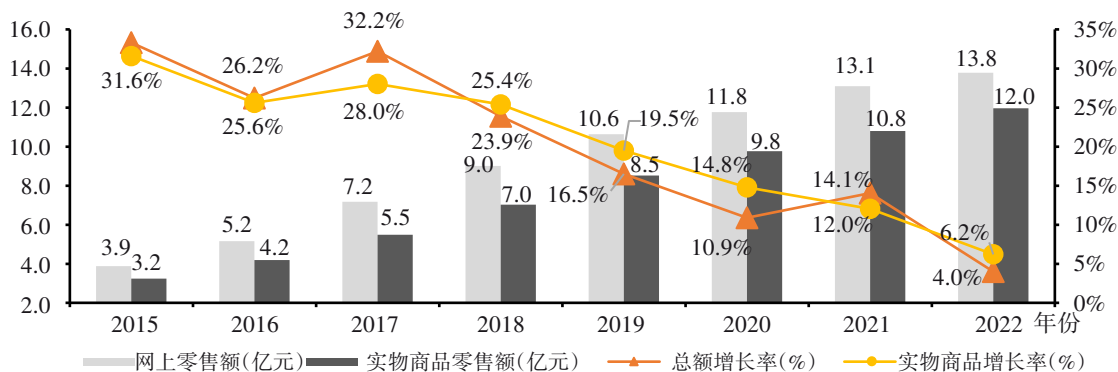


图1 2015—2022年全国零售额

数字消费的快速发展还表现在消费内容多元化与消费模式数字化。消费内容多元化表现为数字技术创造出新型虚拟消费品和在数字技术作用下传统消费品衍生出新形态。一方面，数字技术创造了无实物性质的数字产品和服务，如网络游戏、电信卡和电子书等，此类消费品发展较为迅猛。《2023年中国游戏产业报告》数据显示，2023年，全国游戏市场实际销售收入为3029.6亿元，是2014年1144.8亿元的2.6倍。另一方面，随着简单便捷的互联网电子支付方式的广泛使用与数字交易平台的蓬勃发展，以网约车、在线外卖、网络直播、在线旅游预订、远程教育和在线医疗

等为代表的一系列数字化消费模式应运而生。以网络直播为例,截至2023年6月,网络直播用户规模达7.7亿人,较2022年12月增长1474万人,占网民整体的71.1%。此外,网络直播还包括电商直播、游戏直播、真人秀直播和演唱会直播等多个类别,其占比分别为48.8%、27.6%、18.0%、17.3%和29.9%^[18]。虽然2022年网上实物商品零售额占网上零售额比重高达86.8%,但电商直播用户占网络直播总用户数比重仅为48.8%,未来其他类别的数字消费潜力巨大。

随着数字经济发展和网络消费渠道逐渐成熟,消费模式逐渐向数字化、体验式转型。数字消费以客户为中心,把社交、分享、娱乐、生活和推荐等多个场景融入消费者的购买过程,从多维度提升消费者的感知度和满意度。例如,直播电商通过主播的实时展示将购物体验挪移到线上;教育和医疗通过实时视频等方式进行数字化体验;网络购物普遍渗入到各类社交APP中,通过社交引力吸引消费者,以实现消费品推介。

总之,数字消费发展不仅表现在消费规模扩大,还通过消费内容丰富和消费模式创新,不断提升其对经济发展的重要影响。

(二) 数字消费相关政策

国务院及各部委陆续出台有关数字消费的相关政策,数字消费逐渐成为政策重要着力点。2020年9月,国务院发布《关于以新业态新模式引领新型消费加快发展的意见》,提出要加力推动线上线下消费有机融合,进一步培育壮大各类消费新业态新模式,通过支持互联网平台企业向线下延伸拓展,引导实体企业通过开发更多数字化产品和服务以及组织开展形式多样的网络促销活动等方式推动线上线下融合消费双向提速。2021年3月,《中华人民共和国国民经济和社会发展第十四个五年规划和2035年远景目标纲要》提出,培育新型消费,发展信息消费、数字消费和绿色消费,鼓励定制、体验、智能、时尚消费等新模式新业态发展。2021年12月,国务院发布《“十四五”数字经济发展规划》提出,打造智慧共享的新型数字生活,并从加快既有住宅和社区设施数字化改造、促进生活消费品质升级和支持实体消费场所建设数字化消费新场景等多方面提出促进数字消费发展的建议。2023年7月,国家发展和改革委员会发布《关于恢复和扩大消费的措施》,将壮大数字消费和推广绿色消费列为拓展新型消费的重要举措,并在推进数字消费基础设施建设、加快传统消费数字化转型、鼓励数字技术企业搭建面向生活服务的数字化平台和加强移动支付安全监管等方面作出重要部署。2023年12月,商务部等12部门联合发布《关于加快生活服务数字化赋能的指导意见》提出,要丰富生活服务数字化应用场景、补齐生活服务数字化发展短板以及激发生活服务数字化发展动能,使生活服务数字化基础设施深度融入居民生活,数字化应用场景更加丰富,基本实现生活服务数字化。

五、推进数字消费高质量发展的重点领域

数字消费已成为经济高质量发展的重要推动力,推动数字消费高质量发展,需要从以下重点领域发力。

(一) 消除城乡消费差距过大

城乡消费差距已成为制约居民消费高质量发展的掣肘,改革开放初期的农村改革一度缩小了城乡差距,但随着工业化和城镇化推进,城乡消费差距进一步扩大。近年来,数字消费对农村居民消费行为产生较大影响,随着数字经济与数字消费发展,城乡消费差距有逐渐缩小趋势。一方面,数字消费打破了市场分割,使农村居民能随时随地购买商品,释放了农村消费潜力。另一方面,数字消费丰富了农村居民的消费选择,使传统市场中无法满足的多样化产品需求得以实现。

2012年，全国城镇居民消费水平为2.1万元，是全国农村居民消费水平0.7万元的3.2倍；2022年，全国城镇居民消费水平为3.8万元，是全国农村居民消费水平1.9万元的两倍。因此，推进数字消费高质量发展，要进一步挖掘农村数字消费潜力，缩小城乡消费差距。

（二）推进新型基础设施建设

新型基础设施建设是推进数字消费高质量发展的基础，未来要加强数字技术对消费升级的促进作用，必须要拥有强有力的数字技术支撑。由于新型基础设施建设的前期投入资金体量较大，新一代信息技术迭代周期短，资金回收速度慢，投资风险较高，社会资金投入不足，因而当前新型基础设施建设水平仍然偏低，阻碍数字技术创新，也阻碍数字消费的进一步发展。新型基础设施建设的障碍在于投入资金不足，主要资金来源于财政支出。在经济下行和新冠疫情冲击下，减税降费等政策使地方政府财政紧张，地方政府债务压力也使地方政府不得不减少支出。因此，地方政府难以对新型基础设施建设进行大量投入。

（三）培育供需匹配创新动力

经济高质量发展需要实现需求牵引供给、供给创造需求的更高水平动态平衡，数字消费在推动供需匹配方面发挥了巨大作用。数字技术能够运用大数据进行供需有效整合和精准匹配，使厂商供给能够更精准匹配消费者需求。数字平台还提供了新型消费环境，将线下难以实现的交易活动放到线上进行。数字消费在实现供需匹配的同时，还推动了传统产业自发向数字化、网络化和智能化转型，促使供给创造出更高水平的需求，但在现实中仍然存在数字消费供需匹配创新动力不足问题。2022年，中国数字产业化规模和产业数字化规模占数字经济规模比重分别为18.3%和81.7%。作为数字经济发展的主导因素，数字产业化面临着技术快速更新和市场竞争日益激烈的双重挑战，加速核心技术的创新突破成为维持竞争力的迫切需求。此外，线上购物平台接连涌现，线上市场主要集中于零售服务领域，其他领域尚处发展初期，线上线下融合过程中的服务水平也亟待提高。因此，推进数字消费高质量发展，要加强数字技术引领，推动消费模式创新。

（四）推进数字消费治理升级

数字消费已全面渗透到居民消费各个环节，推进数字消费高质量发展需要加强对数字消费治理，优化数字消费环境。推进数字消费治理升级主要有两个方面：一是加强数字平台的反垄断监管。数字平台作为数字消费的重要角色，天然具有垄断属性。数字平台属于双边市场或多边市场，能够大幅降低交易成本，并兼具企业与市场属性，具备制定并执行平台交易规则的权力，其反竞争行为具有隐蔽性。主要表现为以极低成本获取用户数据造成数据垄断、以掠夺性定价和价格歧视造成价格滥用、要求无条件选择某类商品为代表的排他性交易等，损害消费者利益。二是加强消费者个人数据保护。在数字消费中，数据资源成为最重要的生产要素之一。保护消费者信息安全，加强数字消费稳定性，是数字消费高质量发展的关键之一。

六、推进数字消费高质量发展的建议

第一，下沉数字消费市场，挖掘数字消费潜力。数字消费发展缓解了城乡消费差距过大的问题，网络零售逐步打通城乡流通体系，释放农村居民消费潜力。随着农村居民人均消费支出逐年增长，其消费支出增速高于城镇居民，城乡消费差距逐渐缩小，各类消费品在城乡市场有机融合，消费结构日渐趋同^[10]。因此，数字消费的增长将越来越多地依赖于以广大乡镇和农村为代表的下沉市场，它们正迅速成为数字消费发展的前沿阵地。一是夯实下沉市场的数字消费发展基础。完善农村宽带网络4G/5G配置，扩大千兆光网覆盖范围，提高互联网使用率。完善农村物流基础设施

建设和农村便民消费措施,畅通电商物流到点到村,以降低产品的适销成本和物流周期。二是促进小城镇和农村消费协同发展,改善农村消费环境。加快农村电商平台建设,加快农村消费互联网平台建设,鼓励当地发展农村淘宝、网红经济和直播经济等新经济,助力农村居民消费升级^[9]。规划建设乡村新型消费网络节点和农村社区综合性服务网点,改善农村消费群体的数字消费环境。三是以科技创新推动产业创新,助力稳定和扩大传统消费。中央经济工作会议提出,要稳定和扩大传统消费,提振新能源汽车、电子产品等大宗消费。在数字消费中,手机、电脑等传统电子消费品迎来复苏新机遇,电子产品向数字化、智能化发展趋势明显,超高清视频、虚拟现实、柔性显示等新技术新材料新工艺的应用,使传统消费电子向智能可穿戴设备升级。

第二,推动新型基础设施建设,夯实数字消费基础。供给端要积极打造云网端一体化协同的新型基础设施建设,为带动全链条消费扩容升级提供坚实的数字化基础。需求端要强化与消费相关的基础设施智能化建设,加快布局和建设5G、物联网和人工智能等新型基础设施,改造提升适应消费新业态新模式的基础设施。在地方政府财政支出收紧的情况下,积极推动社会资本投入到新型基础设施建设中。地方政府应加强产业引导基金对社会资本的撬动作用,在注意防范存量债务过多累积风险的前提下,将新增债务更多投入到新型基础设施建设中。在引导社会资本投入时,探索实施利益共享、风险共担机制,鼓励社会资本通过股权投资等方式参与到新型基础设施建设项目中,以此加强对社会资本投入的激励。

第三,加强数字技术引领,推动消费模式创新。数字技术引领消费模式和生产方式的深刻变革,目前仍然存在数字消费供需匹配创新动力不足、数字基础设施和配套服务亟待完善等问题。推进数字消费高质量发展,需要加强数字技术在供需两端的引领作用,推进数字技术、应用场景和商业模式融合创新。在数字消费过程中,大数据分析可以把消费偏好变化实时反映到生产端,逆向优化生产过程,更好实现定制化的柔性制造,满足消费者的差异化、个性化需求。未来应不断推动数字技术与应用场景、商业模式的创新融合,加大对数字化和信息化技术应用的推广力度,进行智慧化改造,以持续构建更具沉浸感、体验性和互动性的消费场景,满足消费者对高质量消费体验的需求。推动实体企业加快数字化转型,鼓励实体企业借助数字化平台,整合各类资源,为消费者提供数字服务,拓展线上市场。大型数字化平台应加强与中小企业的对接与合作,提升物流支持范围和配送效率,打造更优质的线上消费场景。

第四,推动产业结构升级,保障数字消费有效供给。推进数字消费高质量发展,离不开产业结构升级的支持。新消费模式拓宽了消费者需求,重塑了消费者习惯,但一旦缺乏新型消费品供给,数字消费发展就无法持续。推动产业结构升级的关键在于发挥生产性服务业的关键作用。一是以生产性服务业为核心构建现代产业体系。重视技术的应用创新,挖掘物联网、大数据等新一代信息技术的应用场景,并结合国际化战略,利用全球资源提升竞争力,推动生产性服务业向高端化发展。二是推动创新链与产业链精准对接。持续推进研发设计、信息技术服务、环境技术服务、生物医药研发、管理与技术咨询和市场研究等科技型服务业转型升级,鼓励高校培养技能型和应用型人才,推进关键核心技术攻关与科技成果转化。三是引导技术、人力资本等关键生产要素向生产性服务业的薄弱环节和新兴领域聚集。借助区块链、人工智能等数字技术,优化绿色制造工艺流程,强化生产性服务业在产业融合发展中的整合作用。

第五,加强数字平台反垄断监管,促进平台经济创新发展。数字经济时代,计算机网络技术和通信技术是数字消费快速发展的基础,数字消费发展越来越依赖互联网平台。各平台占据绝大部分市场份额,数字平台之间围绕消费者数据进行竞争,在此过程中,出现了包括恶意干扰、非法软件捆绑、恶意域名抢注以及其他多种形式的网络诽谤、网络爬虫等一系列不正当竞争行为。

由于数字平台相关产品服务的进入壁垒较低, 跨界竞争较为普遍, 在经过补贴降价占据市场份额之后, 平台将逐渐积累起竞争优势。数字平台垄断会危及消费者利益, 政府应将其纳入监管, 处理好鼓励平台经济创新发展与合理规制垄断行为之间的平衡。一方面, 反垄断监管需要依据法律法规进行, 妥当增补《中华人民共和国反垄断法》中数字平台竞争规则。另一方面, 数字平台大多跨界经营, 仅靠市场监管部门进行监管力有不逮, 要加强不同监管部门多元共治, 如加强金融监管、工信、网信以及司法、公安等职能部门合力。

第六, 推进数字消费制度建设, 保护消费者数据安全。数字经济时代, 数据要素和数字技术重塑原有生产关系。数据资源成为新的重要资产, 数字化生产关系必须要能够容纳数字生产力, 具体表现为: 一是生产要推动数据透明, 这意味着权力的再分配, 改变原有层级化、职能化的组织架构模式。二是要建立信任机制保证资源分配公正性, 这需要建立可靠的信用体系。因此, 必须不断完善数字经济相关法律法规, 为数字消费的健康与持续发展营造一个稳定的制度环境。例如, 不断完善《中华人民共和国数据安全法》和《中华人民共和国个人信息保护法》等与数据保护相关的法律法规, 提升数据监管的实施依据, 并根据相关法律建立数据保护的行业标准。此外, 还要加强数字消费治理。利用大数据、人工智能、云计算等技术, 进一步规范和监督相关主体的数据收集、存储、传输和使用行为, 加大对数字消费中利用信息不对称、算法设局、数字鸿沟等方式侵害消费者权益等违法行为的惩处力度, 形成足够的震慑力。

参考文献:

- [1] 中共中央政治局常务委员会召开会议 习近平主持[EB/OL]. (2020-05-14)[2024-01-27]. http://www.xinhuanet.com/politics/leaders/2020-05/14/c_1125986000.htm.
- [2] 从2012年到2022年我国数字经济规模增长至50.2万亿元[EB/OL]. (2023-11-09)[2024-01-27]. http://news.cyol.com/gb/articles/2023-11/09/content_ZvWwx2q.html.
- [3] 习近平. 把握新发展阶段, 贯彻新发展理念, 构建新发展格局[EB/OL]. (2021-04-30)[2024-01-27]. http://www.qstheory.cn/dukan/qs/2021-04/30/c_1127390013.htm.
- [4] 臧旭恒. 如何看待中国目前的消费形势和今后走势[J]. 学术月刊, 2017, 49(9): 5-9.
- [5] 高波, 袁徽文. 双循环格局下数字经济驱动消费升级的机制和路径[J]. 江苏行政学院学报, 2022(2): 36-44.
- [6] 石明明, 江舟, 周小焱. 消费升级还是消费降级[J]. 中国工业经济, 2019(7): 42-60.
- [7] 刘向东, 米壮. 中国居民消费处于升级状态吗——基于CGSS2010、CGSS2017数据的研究[J]. 经济学家, 2020(1): 86-97.
- [8] 黄隽, 李冀恺. 中国消费升级的特征、度量与发展[J]. 中国流通经济, 2018, 32(4): 94-101.
- [9] 龚晓莺, 杨柔. 数字经济发展的理论逻辑与现实路径研究[J]. 当代经济研究, 2021(1): 17-25+112.
- [10] 曹雅丽. 把握机遇打造现代化数字经济产业体系[N]. 中国工业报, 2023-07-11(3).
- [11] 韩文龙. 数字经济中的消费新内涵与消费力培育[J]. 福建师范大学学报(哲学社会科学版), 2020(5): 98-106+170.
- [12] 任保平, 杜宇翔, 裴昂. 数字经济背景下中国消费新变化: 态势、特征及路径[J]. 消费经济, 2022, 38(1): 3-10.
- [13] 韩庆龄. 数字经济推动消费升级及其路径探究[J]. 商业经济研究, 2022(10): 50-54.
- [14] 高振娟, 赵景峰, 张静, 等. 数字经济赋能消费升级的机制与路径选择[J]. 西南金融, 2021(10): 44-54.
- [15] 陈鹏, 龙玥儿. 数字消费异化: 本质、影响及应对[J]. 消费经济, 2023, 39(3): 14-25.
- [16] 杨巨, 彭浩. 中国数字消费的区域普惠性及政治经济学解释[J]. 消费经济, 2022, 38(3): 3-12.
- [17] 赖立, 谭培文. 数字中国建设背景下数字消费的内涵、困境及发展路径[J]. 经济学家, 2023(12): 95-103.
- [18] 中国互联网络信息中心. 第52次中国互联网络发展状况统计报告[R]. 2023.

Grasp the Main Focus of High-Quality Development of Digital Consumption

MAO Zhong-gen, JIA Yu-yun

(Institute of Western China Economic Research, Southwestern University of Finance and Economics,
Chengdu 611130, China)

Summary: In recent years, international trade has suffered a huge impact due to increased uncertainty in the international situation, the far-reaching effects of the COVID-19 pandemic, and the reversal of economic globalization trends. Given this context, the further expansion of domestic demand and the establishment of a new development pattern with domestic circulation as the mainstay and domestic and international circulations reinforcing each other are essential for promoting high-quality economic development. Promoting the development of consumption is the key to building a new development pattern of “dual circulation”. With the rapid development of the digital economy, digital technology is leading great changes of residents’ consumption in the subject, object, and environment of consumption. Therefore, analyzing the new features of digital consumption and grasping the focus points for promoting the high-quality development of digital consumption will help build a new development pattern of “dual circulation”.

This paper defines the concept of digital consumption and posits that it encompasses not only the application of digital technology in consumer activities but also the integration of digital technology with consumer behavior, which significantly impacts the transformation of social production modes, the upgrading of industrial structures, and the facilitation of high-quality economic development. Building on this foundation, the paper summarizes the current state, features, and influence of digital consumption, and examines strategies for fostering its high-quality advancement. To promote the high-quality development of digital consumption, it is necessary to start from four aspects: enhance the potential for rural digital consumption to eliminate the wide gap between urban and rural consumption; strengthen the support of digital technology and promote the construction of new infrastructure; strengthen the leadership of digital technology and cultivate the innovative power that matches supply and demand; and optimize the digital consumption environment and promote the upgrading of digital consumption governance.

This paper expands on previous literature in the following two aspects. From the perspective of consumer economics, it defines the concept of digital consumption and emphasizes the counteraction of digital consumption on production. Furthermore, it analyzes and discusses the important role of digital consumption in economic development from the aspects of consumption demand, industrial upgrading, and supply-demand matching, which is a complement to the research on digital consumption.

This study reveals the development law of digital consumption to a certain extent and puts forward specific policy recommendations for the focus point of high-quality development of digital consumption. The above study can provide references for government departments in formulating relevant policies to promote the high-quality development of digital consumption.

Key words: digital consumption; consumption upgrading; high-quality development; supply-demand matching; new development pattern

(责任编辑: 韩淑丽)