

中国发展高层论坛 2025 年年会 “全面释放发展动能 共促全球经济稳定增长”

提振消费与扩大内需专题研讨会 (小组讨论)

由国务院发展研究中心主办、中国发展研究基金会承办的中国发展高层论坛 2025 年年会，于 2025 年 3 月 23-24 日在北京钓鱼台国宾馆举行。3 月 24 日下午举行了“提振消费与扩大内需专题研讨会”，其中，“小组讨论”环节的发言嘉宾为上海财经大学校长刘元春，天丝集团首席执行官许馨雄，雅诗兰黛集团总裁、首席执行官司泰峰，京东集团首席执行官许冉，泰佩思琦集团首席执行官高乔安。本场会议由国务院发展研究中心市场经济研究所所长邓郁松主持。

围绕提振消费政策，刘元春分享了两个观点。第一，要深刻理解提振消费的战略意义。当前我国面临消费不足、消费率过低两大挑战。应对消费不足，可以通过扩大国内大市场，提升消费对经济增长的拉动作用，从而促进国内大循环。在全球经济出现疲软的情况下，提振消费不仅能扩大内需，也能成为稳定全球经济增长的力量。应对消费率过低，需要中长期布局。要在深层次的收入分配体系、保障体系以及民生政策方面进行调整和改革。因此，提振消费政策不是应急之策、一时之策，而是长期战略。第二，提振消费需要配套一系列政策保障。提振消费要分层级、分类别地开展，一方面大力实施“两新”政策，同时也有调整收入分配等深化改革政策；另一方面推出政策“组合拳”，如稳房产、稳股市的保障政策，财政上的保障政策，以及政府激励上的保障政策，等等。

许馨雄表示，一个充满活力的消费市场始终依托两大核心要素。一是持续稳定且运行高效的政策环境；二是具备创新驱动力与战略前

瞻性的企业主体。当前市场竞争愈发激烈，消费趋势瞬息万变，线上线下渠道亟待实现深度融合。

为促进中国消费市场繁荣发展，许馨雄提出了四点建议。第一，确保政策稳定性和透明度。建立透明、公平、可预期的监管环境是增强企业投资信心的关键。第二，持续稳定地创新。面对快速迭代的市场环境，企业应加大对前沿技术的研发。第三，深化国际合作和市场开放。一方面有助于积极吸引全球领先企业参与中国市场，构建良性竞争与合作的产业生态；另一方面，跨境合作也将支持中国企业的“出海”。第四，加强知识产权和消费者权益保护。保护知识产权，不仅能够维护公平竞争的市场秩序，还能够推动品牌健康发展。

司泰峰表示，中国作为全球创新和经济增长的领导者，正在持续塑造全球消费经济的新时代，他对中国的发展前景充满信心，将带领企业持续深耕中国市场，与中国合作伙伴共创未来。

对于跨国公司如何在中国市场实现更好发展，司泰峰结合企业案例展开分析。他认为，跨国公司应更多推出“在中国，为中国”的产品，以先进技术赋能业务流程，加强本地基础设施建设，同时扩展产品、品牌组合，多措并举提升中国消费者体验。一是重视新技术应用及本土化研发。如通过人工智能技术精准开展本地化市场调研、发掘本地市场需求，在中国建设企业的全球首个“端到端”创新研发中心，与相关领域的中国机构及研究人员合作开展产品研发等；同时注重总结单品研发及市场表现等经验，并将其在中国及其他市场推广。二是投资供应链等基础设施，如建设先进的物流中心，在更广泛的区域提升商品配送速度。三是线下独立门店、线上电商渠道共同发力，为中国消费者提供沉浸式、创新性消费体验。四是加速将在其他国家（地区）反响较好的品牌引入中国市场，以多元化的产品、品牌组合服务中国消费者；同时选择投资中国本土品牌，帮助它们在中外市场发展。五是积极参与中国消费行业展会，展示企业形象、找准企业定位。

许冉表示，中国消费市场目前仍处于消费潜力逐步释放阶段，主要呈现四个趋势。一是在一系列提振消费政策的刺激下，中国消费需求整体呈现快速复苏态势。近期国家出台《提振消费专项行动方案》，

多渠道促进居民增收、增加优质供给、改善消费环境，未来中国消费市场仍蕴藏着巨大发展机遇。二是随着老龄化逐步演进，银发消费活力也将释放。老年人群对于医疗、健康、家政、护理等服务的需求正在明显增长。三是在新一代数字技术的加持下，智能化、绿色化消费开始快速增长。一方面，AI 在硬件和软件领域不断突破，使得各类电子数码产品设备的功能得到快速迭代升级，给人们日常生活消费带来巨大变革和进步；另一方面，低碳环保理念已经深入人心，在京东平台标有一级能效标识的平板电视等节能产品成交额持续大幅增长。四是国货品牌与传统文化融合焕发了传统消费市场的新活力。近年来，中国品牌提供的产品品质、价格与服务越来越得人心，而融合了中国传统文化的国货品牌更是吸引了年轻一代消费者的认同与购买。

许冉认为，未来上述四大趋势仍将继续，此外，如果能够进一步加大育儿补贴力度，将有利于缓解中国出生率下降，同时也会有效提振母婴用品经济的增长；如果能够加大对生活服务类消费的刺激，比如补贴家政服务培训、发放汽车洗车维修服务消费券等，将能够更好地快速提振消费，这必将坚定各界对中国经济长期增长的信心。

高乔安表示，中国是泰佩思琦集团在美国本土以外最大的市场，出于对中国市场的信心，近年来，泰佩思琦在中国的门店网络不断扩展。她认为，泰佩思琦在中国取得的成绩，是始终坚持三大核心战略的结果，即以消费者为中心的持续创新、深入推进数字化转型以及与本地文化的深度连接。

展望未来，高乔安表示，泰佩思琦集团未来 3~5 年将在中国持续加码门店的布局和优化门店体验，将深化与中国本地数字平台的技术协作，持续推动数字化进程，推动产品创新，继续可持续进程，拓展本地合作，与消费者建立情感连接。她强调，我们所有的这些投入都能够为中国消费市场注入更多活力，我们也对中国市场的发展始终坚定地充满信心。

（中国发展出版社 撰稿：吴佳、杜悦英、刘文杰、赵海娟；审稿：杜君）

（中国发展研究基金会 审校：何伟）

--背景信息--

中国发展高层论坛由国务院发展研究中心主办，中国发展研究基金会承办。自 2000 年首次举办以来，论坛坚持“与世界对话，谋共同发展”的宗旨，形成了专业化、高层次的鲜明特色，已成为中国政府高层、全球商界领袖、国际组织和中外学者之间重要的交流对话平台。



中国发展研究基金会
China Development Research
Foundation

中国北京东城区安定门外大街138号
皇城国际中心A座15层

邮编: 100011
电话: 86-10-64255855
传真: 86-10-64255855-8100
网址: www.cdrf.org.cn
电邮: cdrf@cdrf.org.cn

Floor15, Tower a, Imperial International Center, No.138
Andingmen Wai Avenue, Dongcheng District, Beijing, 100011, China

Tel: 86-10-64255855
Fax: 86-10-64255855-8100
Website: www.cdrf.org.cn
E-mail: cdrf@cdrf.org.cn