



# 解析中國大陸推動 新型消費之意涵

◎劉柏定／中華經濟研究院第一（大陸經濟）研究所 助研究員

本文在中國大陸推動國內大循環與數位發展的政策脈絡背景下，分析其近來力倡新型消費發展之意涵，並進一步論述細部執行面可能帶來的企業商機，以及其長期投資可能增加的成本與風險。最後以對相關企業參與之建議作為總結。

**關鍵詞：**新型消費、數字中國、雙循環

**Keywords:** New Consumption, Digital China, Dual Circulation

中國大陸在2020年受到新冠肺炎病毒疫情肆虐全球而造成經濟緊縮，為了提振需求與促進就業，在去年9月發布《國務院辦公廳關於以新業態新模式引領新型消費加快發展的意見》（以下簡稱《意見》），盼能結合數位經濟之推動，促進其國內消費升級進而蓬勃發展，朝向建立國內大循環的重大發展目標前進。本文從中國大陸近期發展之重點政策背景，解析推動新型消費之意涵，檢視其近來實際推動的方式，並探討其中可能之機會與限制因素，最後總結。

**新型消費：結合數位發展與培養內需的政策體現**

中國大陸在今年3月兩會後，正式發布《國民經濟和社會發展第十四個五年規劃和2035年遠景目標綱要》（以下簡稱《十四五規劃》），由於這是在美中貿易戰以及疫情衝擊全球經濟等背景下所發布的國家級重大戰略，因此特別受到關注。與其先前所揭示的經濟轉變戰略一致，《十四五規劃》共分十九篇，第四篇就談到要「形成強大國內市場，構建新發展格局」，開篇即提到，要「堅持擴大內需這個戰略基點，加快培育完整內需體系，把實施擴大內需戰略同深化供給側結構性改革有機結合起來，以創新驅動、高質量供給引領和創造新需求，加快構建以國內大循環為主體、國內國際雙循環相