



中央企业智库联盟

中央企业智库联盟2023年度联合研究类重点课题

国有企业 落实扩大内需战略的路径研究

牵头单位：中国移动通信有限公司研究院（中移智库）

参与单位：鞍钢集团有限公司经济发展研究院、中国航空集团有限公司、中国化工信息中心有限公司、中国林业集团有限公司、中国汽车技术研究中心

2024年3月

课题组成员

组 长：魏晨光

成 员：林琳、吴淑燕、潘宏筠、郭希璇、张茹茹、胡雁斌、李思儒、胡云鹏、郭艳玲、罗亚敏、姜艳艳、马磊、马婧文、韩洁、贾云、徐嘉梁、闫林夕、郭才森、沈童、刘斌、吴松泉、朱一方、刘锋、霍潞露、黄海涛、王思泉、曾相崙、朱琳、魏迪

摘要

党的二十大报告指出要坚持以推动高质量发展为主题，把实施扩大内需战略同深化供给侧结构性改革有机结合起来，增强国内大循环内生动力和可靠性。当前我国面临有效需求不足、国内大循环存在堵点的经济形势，为进一步畅通国内大循环，促进经济高质量发展，扩大内需势在必行。消费和投资作为内需的重要组成部分，对经济发展起着基础性作用和关键性作用，要着力促消费与扩投资，巩固和增强内需主动力，发挥对国内经济增长的主引擎作用。

国有企业在稳增长、调结构、促创新、稳就业具有战略支撑作用，持续围绕补短板、强弱项、增后劲，积极落实扩大内需战略。报告结合扩大内需政策方针和国有企业定位，在总结提炼7家央企在落实扩大内需战略相关成功实践的基础上，首次体系化描绘了新形势下国有企业落实扩大内需战略的“2+6+2”的“施工图”。强调国有企业应发挥“内需主动力”和“产业引领力”两大牵引力，以科技创新为发展动能，通过六大路径形成合力作用，实现构建消费与投资的良性循环体系与产业链供需动态平衡体系的两大目标。

目录

1. 背景	1
2. 国有企业落实扩大内需战略的逻辑框架	3
2.1 总体逻辑框架	3
2.2 国有企业围绕主责主业充分发挥内需主动力	4
2.3 国有企业基于链长角色充分发挥产业引领力	5
3. 国有企业落实扩大内需战略的具体路径及机制	6
3.1 国有企业发挥内需主动力的具体路径	6
3.1.1 拓展消费空间，扩大消费规模	6
3.1.2 催生消费业态，提升消费品质	9
3.1.3 拓展投资空间，扩大投资规模	11
3.1.4 优化投资结构，提升投资效能	14
3.2 国有企业发挥产业引领力的具体路径	16
3.2.1 上下游协同合作，产业链融合发展	16
3.2.2 跨产业联动，激发内需新潜力	17
3.3 国有企业实现两大目标的机制	19
3.3.1 构建消费与投资良性循环体系的机制	19
3.3.2 构建产业链供需动态平衡体系的机制	21
4. 国有企业落实扩大内需战略的未来展望	23
4.1 挖掘消费潜力和投资效能，拓展新型需求	23
4.2 发挥引领作用，强化延链和跨界合作	23
4.3 深化科创体制改革，撬动内需增长	24

1. 背景

扩大内需战略是新发展阶段的重大科学判断和战略部署，实施此战略对畅通国内经济大循环、抵御外部环境不确定性风险、增强我国经济发展韧性等具有重要的意义。内需是中国经济发展的基本动力，也是满足人民日益增长的美好生活需要的必然要求。当前，国内总需求不足的矛盾仍然突出，资源环境约束趋紧，全要素生产率提高受到制约，需要从供需两端协同发力，形成需求牵引供给、供给创造需求的更高水平动态平衡，促进国民经济良性循环。2024年《政府工作报告》提出着力扩大国内需求，推动经济实现良性循环。坚持扩大内需，有利于加快释放消费潜力，扩大有效需求，拓展有效投资空间，充分发挥超大规模市场和强大生产能力的优势，推动形成消费和投资相互促进的良性循环。

随着我国经济由高速增长阶段转向高质量发展阶段，消费和投资在拉动我国经济增长方面的作用日益显现。根据国家统计局发布的数据，2023年最终消费支出对经济增长的贡献率为82.5%，拉动GDP增长4.3个百分点；资本形成总额对经济增长的贡献率为28.9%，拉动GDP增长1.5个百分点。在新发展阶段下，扩大内需呈现出新的特征，一是强调消费与投资的相互促进；二是要以供给侧结构性改革推动扩大内需；三是科技创新在拉动内需增长中发挥关键作用。这些新特征为国有企业如何更好落实扩大内需战略提出了新方向。

要稳步推进产业结构、消费结构等方面的转型升级，实现人民对美好生活多样化、多层次、多方面的追求。

国有企业特别是中央企业拥有雄厚的资源优势、强大的科技创新能力、先进的技术装备和领先的管理水平，在加快培育完整内需体系中发挥着基础性作用。国有企业积极促进稳增长、稳就业、稳物价，是推动国内需求整体好转、实现质的有效提升和量的合理增长的“压舱石”。据财政部数据显示，2023年，国企营业总收入857306.1亿元，同比增长3.6%；利润总额46332.8亿元，同比增长7.4%。据课题组测算，国有企业对经济需求的拉动从2018年的37.61%稳定增长至2020年的42.78%，经济拉动效果占比较高且呈现稳定增长态势，揭示出国有企业在扩大内需方面发挥着放大倍增效应。国有企业不断提升高水平科技自立自强支撑能力，增强核心竞争力，着力扩大国内新型需求，是培育壮大我国科技创新能力的“策源地”。据国务院国资委数据显示，2022年央企“科改企业”由209家新增到440家，累计建成国家级研发平台764个，拥有全国重点实验室91个，研发投入首次突破1万亿元，同比增长9.8%。2023年，央企研发经费投入1.1万亿元，连续两年破万亿。国有企业建设现代化产业体系，构建新发展格局，积极落实一系列顶层政策要求，是释放消费潜力和加大投资稳定经济增长的“稳定器”。据国务院国资委数据显示，2023年，央企累计完成固定资产投

资（含房地产）5.09 万亿元，同比增长 11.4%，其中，战略性新兴产业完成投资 2.18 万亿元，同比增长 32.1%。

2. 国有企业落实扩大内需战略的逻辑框架

2.1 总体逻辑框架

国有企业是中国特色社会主义的重要物质基础和政治基础，是我们党执政兴国的重要支柱和依靠力量。本报告结合扩大内需政策方针和国有企业定位，在总结提炼 7 家央企在落实扩大内需战略相关成功实践的基础上，首次体系化描绘了新形势下国有企业落实扩大内需战略的“2+6+2”的“施工图”。强调国有企业应发挥“内需主动力”和“产业引领力”两大牵引力，以科技创新为发展动能，通过六大路径形成合力作用，实现构建消费与投资的良性循环体系与产业链供需的动态平衡体系的两大目标。

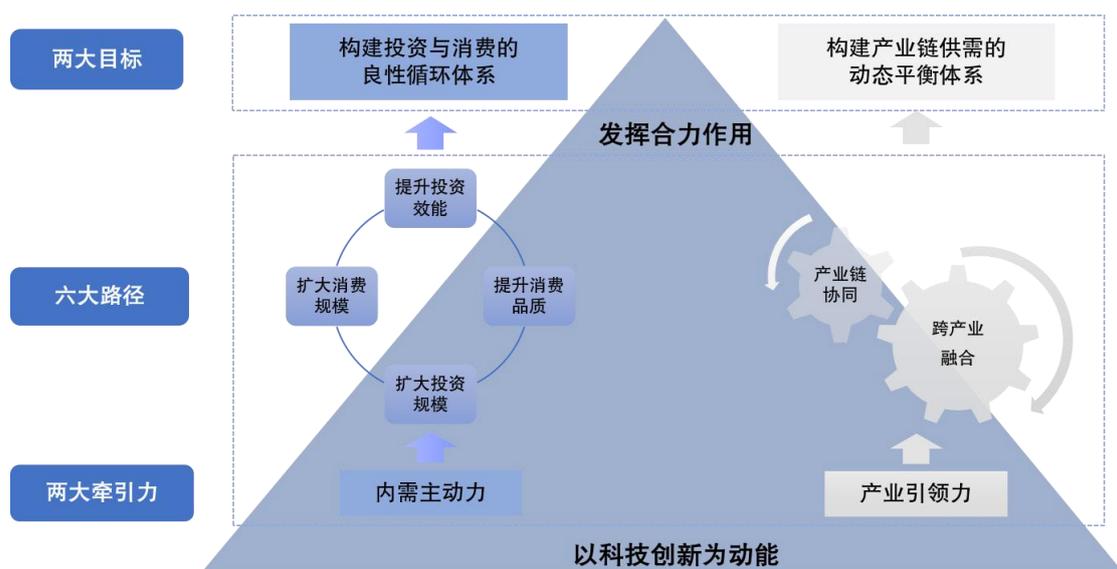


图 1 国有企业落实扩大内需战略的总体逻辑框架

资料来源：课题组绘制。

2.2 国有企业围绕主责主业充分发挥内需主动力

国有企业具有拓展拉动消费和投资的资源基础，在增强内需主动力方面具有强大实力。消费和投资是内需的最重要组成部分，其中消费发挥基础性作用，投资发挥关键性作用，二者是扩大内需的理论内涵，是扩大内需战略的政策要求。

国有经济运行回升能够有效支撑我国经济发展实现稳中向好。国有企业在投资、工业生产等方面占据重要地位，从注册资本、营业收入、利润总额、投资规模、应交税费、资产负债来看，普遍体量大、资产规模实力雄厚，在拉动消费和投资前景空间十分广阔，特别是电网、能源、交通、电信等国计民生领域消费和投资规模巨大。据工商信息显示，央企总注册资本超5万亿元，平均注册资本约510亿元，最大的国家电网、国家管网、中国石油、中国石化、中国移动注册资本分别为8300亿元、5000亿元、4900亿元、3300亿元和3000亿元。

国有企业聚焦主责主业，围绕投资与消费双轮驱动，发挥内需主动力。消费与投资实现量的合理增长和质的有效提升是应对“四重压力”、促进自身发展方式转变的必然要求。以“量”的积累稳住内需增长的基本盘，以“质”的突破开辟发展新空间、塑造发展新优势。国有企业以消费扩容提质和投资增量提效为主线，在创造需求、满足需求和扩大需求中实现消费与投资的良性互动，促进需求的迭代升级。在创

造需求方面，通过投资开发新产品、新服务，催生新模式、新业态，创造新的消费场景；在满足需求方面，通过投资持续优化产品供给，顺应消费者需求变化；在扩大需求方面，通过追加投资，实现更大规模、更高质量的供给，促进消费升级。通过各个环节下的消费与投资的相互促进，支撑内需主动力持久发展。

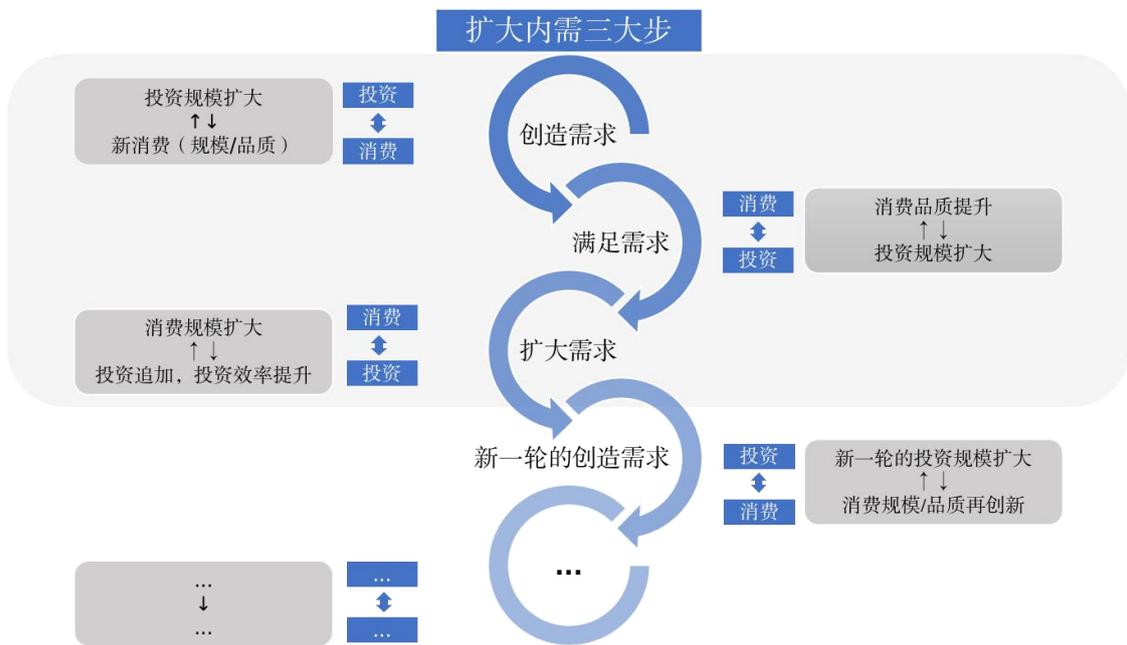


图 2 国有企业发挥内需主动力的逻辑框架

资料来源：课题组绘制

2.3 国有企业基于链长角色充分发挥产业引领力

国有企业不仅基于企业自身业务增强内需主动力，也充分发挥引擎功能和辐射带动作用，以科技创新引领现代产业链体系建设，形成需求牵引供给、供给创造需求的高水平动态平衡，进一步拉动内需增长。

国有企业在整合集聚创新资源、提供新技术迭代与应用

环境等方面有基础优势，尤其是在攻克关键核心技术、实现原始创新领域重大科技突破、塑造大国竞争领先优势中发挥基础性、主导性作用。国有企业通过迭代创新，围绕“卡脖子”关键核心技术攻关、前沿性颠覆性原创技术研究，不断加大研发投入，带动产业链上中下游企业共同参与，在产业链协同和跨产业融合发展中引领产业创新转型，在加大研发投入中带动投资增长，在科技成果转化应用过程中带动最终消费的增长。

国有企业带动产业链协同和跨产业融合，发挥产业引领力。国企特别是央企具备较强的自主创新能力和产业影响带动能力，需要做好产业发展方向的引领者和产业协同合作的组织者。在促进产业链的协同发展中发挥辐射带动作用，促进上下游关联产业发展，拉动生产型消费，并在行业发展过程中增强就业吸纳能力，提升生活型消费能力。在促进跨产业融合发展中，加强从生产到消费等各环节的有效对接，优化供给结构，推动供给创新，引领和创造新需求，促进供需精准匹配。

3. 国有企业落实扩大内需战略的具体路径及机制

3.1 国有企业发挥内需主动力的具体路径

3.1.1 拓展消费空间，扩大消费规模

国有企业通过存量市场的消费细分与增量市场的新型消费，拓展消费市场。消费作为最终需求，既是国民经济循

环的终点也是新起点，是加快释放内需潜力、增强经济发展势能的最主要、最稳定、最持久的动力。通过多层面举措发掘消费潜力，扩大消费规模，发挥消费对内需的基础性作用。具体从两方面发力，一是针对需求相对成熟的存量市场，满足不同人群的个性化需求，并大力推动设备更新和消费品以旧换新，更好满足消费需求，实现规模增长。随着居民收入稳步提高、消费观念逐步改变，消费升级趋势明显，不同年龄、不同地区、不同偏好的消费者呈现日益多元化的消费诉求。企业应敏锐地把握个性化消费特征，更精准地为细分用户群体提供差异化产品和服务，通过精准研发、精益生产和精准营销来提高对个性化需求的满足程度。

案例一^①：汽车行业通过细分市场 and 区域，提供多样化产品供给，拉动汽车销量的大幅增长。国有车企一方面推动新车消费，加大高端化、定制化的房车、皮卡、二手车等产品供给，深挖细分市场消费潜力。另一方面细分消费区域，积极参与新能源汽车下乡活动，积极推广自带太阳能板的电动汽车，充分匹配居民日常短距离出行用车需求。这些举措效果显著，2023年1-11月新车销量为2693.8万辆，同比增长10.8%，其中六大国有车企销量1559万辆，占比超过57%，极大地促进了消费规模的增长。

^① 以上案例具体见各行业的分报告内容。

案例二^①：鞍钢集团实施钢材消费升级行动，加强钢结构应用推广。积极推动完善钢结构标准体系，强化“钢铁—钢结构”产业上下游协同，促进钢铁材料制造与钢结构研发、设计、制造、工程全产业链协调，在桥梁、地下管廊、地下通道、海洋结构、装配式建筑等领域积极推广应用钢结构。2022年我国钢结构产量首次突破1亿吨，比2021年增加4.5%、比2013年增长154%。根据我国《钢结构行业“十四五”规划及2035年远景目标》，力争到2025年底全国钢结构用量达到1.4亿吨、到2035年底达到2亿吨以上。

二是针对尚未完全开发的增量市场，通过延伸现有业务或开发新产品、新模式，创造消费需求，实现消费新空间的规模增长。企业结合市场发展趋势，寻找新的市场机会。一方面，企业基于现有产品，将其应用范围拓展到其他行业，如航空行业将业务拓展至航空货运物流领域，钢铁行业将业务拓展到钢结构领域。另一方面，企业顺应数字化发展趋势，基于技术创新优势，开发新的数字产品和服务，大力发展数字消费，形成新的消费增长点。

案例一^①：中林集团积极拓展其业务领域，结合行业特色和优势，将业务延伸至旅游行业。重点打造宁波商量岗旅游度假区、南宁良凤江国家森林公园等优质项目。开发、运营森林旅游基地、景区5个，年接待旅游人数在“十四五”末达到400万人次以上，以此促进消费端需求增长，带来消

费规模的提升。

案例二^①：航空行业将其产品应用到物流领域，开发航空货运物流业务。根据中金公司 2021 年研究，2019 年中国航空货运（机场到机场）市场规模为 858 亿元，对应的航空物流（门到门）市场超 3600 亿元。中国航空大部分仅提供港到港运输，如果通过加强物流网络建设，则中国航空货运业务延伸空间巨大，预计远期能够达到 7000 亿元左右市场规模，将会极大地带动消费规模的增长。

案例三^②：中国移动将数智化能力深度融合入智慧家庭产品与服务，开发数字消费新产品，满足消费者对智能化产品的需求。通过在全国整合数字化资源，借助人工智能模型为乡村农业种植、畜牧养殖、数字文旅等提供定制化方案，赋能乡村产业转型升级，目前已带动全国近 44.1 万个行政村的经济、社会、生态水平得到提升。中国移动智慧家庭的智能喇叭、智慧高清摄像头被应用到很多社区和居民家中。干部可以通过和家亲 APP，用智能喇叭广播最新政策，并能在人工智能的助力下，实现千里传音，使社区或乡村管理接轨数智化快车道。

3.1.2 催生消费业态，提升消费品质

国有企业通过产品结构调整，有效促进消费品质的提升。相关政策要求进一步优化新业态新模式，引领新型消费发展的环境，提升新型消费产品的供给质量。国有企业积极

落实政策要求，从两方面发力提升消费品质，扩大内需。一是融入新型要素，优化传统产品供给，强化传统消费对经济增长的拉动作用。企业从消费产品、消费服务到消费场景迭变的消费结构中创新升级。如在“双碳”目标的驱动下，通过在现有产品中融入绿色低碳要素，加强绿色低碳产品供给，实现消费品质的提升。二是积极推进数字化、智能化发展，强化消费对经济增长的持久力。各行业通过线上线下有机融合，培育消费新业态，加强商业、文化、旅游、体育、健康、交通等消费数字化跨界融合，催生新的消费业态，充分激发消费活力，提升消费品质。

案例一^①：汽车行业不断通过创新消费新场景，拓展新型消费，推动消费结构创新升级，极大地刺激消费增长。如我国通过多种方式培育绿色消费，实施税收减免和财政补贴，带动了新能源汽车的消费增长。新能源汽车年销量从2012年的1.3万辆快速提升到2023年1-11月的830.4万辆，自2015年起产销量连续8年位居世界第一，并保持较快增长态势，市场规模全球领先，拉动了内需和出口的大幅增长。

案例二^①：中林集团积极推进品牌打造，形成湖泊旅游产业集群，促进消费品质升级迭代。经过20多年持续探索，打造了“中林千岛湖发展模式”，开发出千岛湖“淳”牌有机鲢鳙鱼、“卡露伽”鲟龙鱼鱼子酱、月亮湖“安”牌有机鱼和大银鱼、赛里木湖高山冷水高白鲑、东平湖刀鱼和黄河

大鲤鱼等品牌产品，形成“一湖一品”的特色生态渔业规模优势。自主研发打造了现代智慧垂钓、渔趣乐园、巨网捕鱼等鱼旅融合产品和鱼拓、鱼博馆等鱼文化产品，形成渔旅融合产业核心竞争力。依托特色生态资源及饮食文化，形成了“披云徽府菜”“千岛湖鱼味馆”两大餐饮连锁品牌，促进地区经济发展和百姓收入增加，实现合作方共赢。

案例三^①：中化农业打造了现代农业技术服务平台（MAP），通过数字技术为农户提供线上线下结合的农业托管服务。MAP模式通过建设本地化示范农场和技术服务中心，引导和帮助广大农户和渠道商生产优质农产品，并通过数字化、智能化应用发展订单农业，稳定和增加农民收入，提升农民消费能力。截至2023年上半年，MAP线下服务面积超过2600万亩，线上用户超过240万户。

3.1.3 拓展投资空间，扩大投资规模

国有企业通过扩大在前沿领域和的核心业务的投资规模，发挥投资对拉动内需的关键作用。具体从两方面展开，一是国有企业围绕关键核心技术，加大在战略性新兴产业、先进制造业、新型基础设施等前沿领域的投资。国有企业积极践行社会责任，投资于关键技术、核心产业、公共服务类基础设施，通过应用转化，有利于创新更多消费场景、提升产品与服务质量，优化居民生活体验，保障和改善民生。

案例一^①：中国移动持续建强算网，助推中原加“数”

度。中国移动在河南郑州建设航空港区数据中心，以承载河南、湖北、湖南三省的核心网络业务。2023年年底，中国移动在此地新增算力服务器8.3万台，建成“市域1毫秒、郑洛都市圈3毫秒、省域5毫秒”算力时延圈，全面助力河南构建云网深度融合的中部算力中心，为消费端、生产端提供数字化应用的一站式服务。

案例二^①：汽车行业不断完善补能基础设施建设，优化新能源汽车购买使用环境。国有车企主动担当，建设充电桩超20万座，其中在远郊城区、高速公路等远离市中心的用电场景中积极布局充电站建设，已覆盖近200个地市超过5万公里里程。据国家电网测算，投资建设1元充电桩，可带动7倍多的新能源汽车消费，溢出效应明显。

二是国有企业加大在科技创新、设备升级改造、新产品及新技术应用等的投资，直接扩大投资规模。国有企业的投资应聚焦主责主业进行创新、生产和应用，如通过加大在技术创新和研发方面的投入，推动产业升级，提高产品和服务的附加值，以满足消费者对高质量产品、新型产品的需求；通过对现有设备进行升级改造，提高生产效率和产品质量，增强市场竞争力；通过带头支持新产品及新技术的应用，进一步推动企业技术创新，还可以引领市场消费的新潮流，带动相关产业链的发展。

案例一^①：万华化学研产拳头产品 MDI^②，占据强势市场供给地位。万华化学近五年科研投入达到 119.4 亿，研发出全球首创技术 11 项、打破“卡脖子”技术 31 项。以其拳头产品 MDI（二苯基甲烷二异氰酸酯）为例，2022 年全球 MDI 总产能约 990 万吨，其中万华化学产能占全球产能的 31%，居全球第一。万华化学的 MDI 产能供给扭转了我国长期作为 MDI 主要进口国的局面，并推动国产 MDI 产品在消费领域的渗透，有效支撑了下游对 MDI 的需求。

案例二^①：鞍钢集团实施技术装备高端化升级、绿色低碳改造，直接拉动投资。以超低碳排放改造为例，截至 2023 年 9 月，我国约 3.46 亿吨粗钢产能已经完成了全流程超低排放改造，已累计完成投资 1491 亿元，此外已完成部分工序超低排放改造和正在评审中的粗钢产能约 1.77 亿吨，预估投资额超 600 亿元。鞍钢集团现已累计投入资金约 230 亿元、完成超低排放改造项目 390 余项，未来两年拟投入超 100 亿元进一步推动超低排放改造提档加速。

案例三^①：中林集团加大研发力度，开发竹基海工材料，促进竹木结构在海工装备上的新应用。2023 年，由中林集团和烟台中集来福士海洋科技集团有限公司共同研发建造的我国首个竹基海上光伏平台——“集林一号”。“集林一号”重约 4 吨，是‘以竹代钢’的一个典型案例，也是国内首

^② 二苯基甲烷二异氰酸酯

次采用质轻高强的竹基海工材料为主材搭建的海上光伏平台。竹基海工材料用于平台的搭建，除了可提供浮力，还具有环境友好性高、耐海水腐蚀性强、使用寿命长、成本低等优势，可替代目前漂浮式水上光伏系统中的高密度聚乙烯浮体和钢制焊接结构体，在有效节约成本的同时，保护海洋生态环境，真正实现“绿电绿造”。

国有企业善于把握投资重点方向，聚焦关键领域和薄弱环节，系统布局新型基础设施，稳步提升制造业投资规模，有效增强投资增长后劲，直接拉动社会投资需求和间接拉动社会消费需求。

3.1.4 优化投资结构，提升投资效能

国有企业通过提高资源的使用效率、调整投资结构，提升投资效率。具体从两方面展开，一方面，国有企业通过盘活存量资源，充分提升资源的投入、运营、管理等效率。国有企业加速对存量资产的并购整合、综合开发、集约利用，避免同质投资，发挥资源最大价值，对现有资源和资产进行价值重塑与赋能升级。另一方面，国有企业通过调整投资结构，增加产业数字化转型的投资，提高投资回报率。国有企业持续探索“数字+”赋能产业发展，通过智能化生产和运营优化、数据驱动的决策支持以及新型数字化服务的创新，显著提高了资源配置效率和市场响应速度，提升新增投资效率。

案例一^①：中国移动提出“算力并网”模式，高效供给国内外算力需求。中国移动将“算力并网”快速应用在国内与国外的实践中。在国内，基于“百川”算力并网平台与十余家行业伙伴展开并网合作，已接入超过1.9EFLOPS^③的社会算力。在国外，已实现与AWS、Azure、谷歌云、阿里云、华为云、腾讯云等知名国际算力供应商对接互通，实现了全球数百个POP点^④的通用算力。

案例二^①：鞍钢集团以“数字蝶变”赋能转型升级，打造最具行业竞争力“钢铁旗舰”，提升投资效能。聚焦“集约、减量、智慧@客户”主线，全面数字化升级管控、钢铁、矿山、钒钛、交易、金融、物流、技术八大体系，以环境更友好的材料实现万物和谐共生，以更有品质的材料跨越山水畅享通途。近5年累计投资64.5亿元实施463个数字化智能化项目，其中：51项成果获评国家工信部、国务院国资委、中钢协试点示范（奖项）；羽嘉工业互联网平台被评为工信部“跨行业、跨领域”工业互联网平台；建设东北区域最大的钢铁电商和智慧供应链服务平台——德邻陆港等。

国有企业通过聚焦行业重点业务，不仅能提高现存资源的投资效能、满足更多有效需求，还能通过存量资源的转型利用，激发市场新需求，实现扩大内需。

^③FLOPS是算力的单位，衡量算力资源每秒进行浮点运算的次数，1EFLOPS="10"¹⁸FLOPS。

^④PoP点是算力网络服务的接入点。

3.2 国有企业发挥产业引领力的具体路径

3.2.1 上下游协同合作，产业链融合发展

国有企业通过充分发挥“链长”责任，促进上下游协同发展，提升产业链供应链竞争力。具体从两方面展开，一是**国有企业推动产业链效率跃升，扩大产业链上下游需求**。国有企业作为“链长”角色，充分发挥在培育技术水平、市场份额、管理方法等方面的示范作用，通过知识溢出效应，将领先优势贯穿整条产业链内，促进产业一体化协同发展，扩大产业链上下游的需求供给，形成产业链供应链竞争优势。二是**国有企业主主导产业生态圈共建，实现产业链上中下游的供需适配**。国有企业往往处于产业链中的中上游，作为上游企业的需求方、下游企业或市场主体的供给方，国有企业是产业链条的重要连接者，国有企业通过发挥构建共生共荣的合作伙伴生态体系的主导作用，引导产业链上、中、下游企业建立长久合作关系，促进产业链融合发展，助力产业链上下游的供需有效对接，解决过剩产能并创造新型需求。

案例一^①：万华化学集团股份有限公司主动承担烟台市绿色化工产业链“链长”责任，聚力做好延链补链强链。聚焦强链，依托国家聚氨酯工程技术研究中心、聚合物表面材料制备技术国家工程实验室等平台，主动为下游企业技术研发提供分析检测资源，助力产业链中小企业提升研发能力；聚焦补链，持续加大环保型板材产品的研发投入和产业培

育，促进转型；聚焦延链，针对“双碳”战略问题，联合节能服务领域重点企业，创新推出新能源电力及废热回用技术，带动产业链上下游的消费与投资增长。

案例二^①：中国移动启动信息现代产业链共链行动，促进产业链融合发展。作为国企协同引领，中国移动勇担原创技术策源地和现代产业链链长，着力破解制约产业链高质量发展的堵点卡点，已汇聚上链企业超 1300 家，围绕 90 余项产业关键共性需求协同攻关；累计为超 1000 家产业伙伴提供 1300 亿元供应链金融服务，初步形成了央企协同引领、大中小企业广泛参与的现代产业链。

国有企业作为推动高质量发展中的排头兵，明确自身“链长”责任，促进产业基础高级化、产业链现代化，通过促进产业链协同，增强我国供给体系对国内需求的适配性，助力扩大内需。

3.2.2 跨产业联动，激发内需新潜力

通过产业间融合发展，充分发挥供给促进需求效应，实现内需倍增。国有企业充分利用自身优势，加强与各行业的融合，通过跨产业合作发展，实现刺激内需的增长。具体可从两方面发力，一是**通过融合，拉动产业间需求**。国有企业既是投资者也是消费者，能够通过自身的消费和投资与其他产业产生关联，带动其他产业的消费与投资，进一步拉动内需增长。二是**通过集群发展，促进新成果落地，拓展消费市场**

场。在产业集群跨产业多方联动，利用技术扩散效应，带头突破关键核心技术，有力牵引相关基础学科研究的发展，带动相关产业的发展提升。在此过程中，科技创新将吸引新的投资，技术成果落地转化将创造新的消费，实现产业群内的消费投资的联动效应，进一步扩大内需。

案例一^①：中化在创新融合、业务融合、管理融合和产教融合等多层面共同发力，推动跨产业融合发展，助推经济增长。在创新融合上，聚焦重点业务领域研发方向，统筹科技创新资源，累计拥有有效授权专利 29783 件，通过创新驱动新的消费与投资增长。在业务融合上，通过整合瑞士先正达、以色列安道麦等企业，成为全球植保市场领导者、全球第三大种子公司、中国化肥市场领导者，扩大了中国的市场消费规模。在管理融合上，通过全系统协同 PMO（项目管理办公室）管理 641 个协同项目实施，2022 年全系统实现协同收入合计 266 亿元。

案例二^①：中国商飞积极开展跨产业合作，引领产业集群发展。中国商飞围绕多个领域，聚集全球 288 家优秀的供应商，广泛开展国际合作，充分利用沪、陕、湘、赣、川、豫等战略合作平台，坚定推进“立足上海、延伸长三角、辐射全国、面向全球”的产业布局，发挥了大飞机产业链链长作用，激发地方政府争当“群主”的积极性，形成央地协同、政企联动的产业合作模式，发挥创新集聚、产业集聚、产业

培育功能，繁荣产业生态，初步形成了以上海为中心的产业集群，通过产业规模优势推动投资和就业。

案例三^⑤：宝武集团搭建产成品交易物流、工业品供应链第三方平台，促进工业品跨区域消费流通。宝武集团集中整合旗下采购资源和电商能力组建一级子公司“欧冶工业品股份有限公司”（一家互联网公司），将其打造成全新工业品供应链生态平台，成为工业品界的“淘宝”，实现商流、物流、资金流、客流的“四流耦合”，主要在线产品包括欧贝商城、欧贝易购、欧贝物流、欧贝云库、欧贝易等。目前，欧冶生态平台注册用户数超 28 万家，商品 SKU^⑤数超 160 万，2022 年交易流量超 3500 亿元。

3.3 国有企业实现两大目标的机制

3.3.1 构建消费与投资良性循环体系的机制

国有企业特别是央企，在经济体系中占据着“制高点”地位，其体量规模和资源优势使其成为促进消费与投资增量提质的重要力量。国有企业通过开发市场多样化需求、培育新兴市场促进消费扩容提质，还通过加大重点领域投资、盘活资源资产促进投资增量提效。一方面，社会主体新增投资，创造新产品与新消费，新产品收入增加再次激励企业追加投资，持续完成在创造需求、满足需求和扩大需求三个阶段的

^⑤ SKU 全称为 Stock Keeping Unit (库存量单位)，即库存进出计量的基本单元，可以以件、盒、托盘等为单位。

迭代。另一方面，将消费和投资视为有机整体，通过提升投资供给与消费需求之间的适配度，促进消费与投资良性循环体系构建，进一步扩大内需。国有企业通过科技创新促进消费与投资良性循环体系构建的具体机制体现在两个方面：

一是科技创新的投资应用于生产领域，有效提升生产效率，实现服务和成本的降本增效，提高社会消费能力和消费意愿。国有企业的规模优势和社会角色决定其投资结构，围绕主责主业加强科技创新的投入力度，特别是在突破关键核心技术领域，通过使用新型生产工具、生产要素创新性配置、业务深度转型等，推动生产对象、生产方法和生产方式的更新，有效提高资源和要素的配置效率与生产效率。国有企业进一步发挥链长责任，发挥科技创新辐射作用，将重点技术渗透并融合至各行各业，提高全社会的生产效率。

二是国有企业通过投资推动科技创新，创造新功能产品和新型服务，推动产品高端化、智能化、绿色化升级，有效推动消费结构升级。国有企业具有一定的市场规模和资源优势，在开发新功能产品、创造新型服务中能够优先地、多面地触及各类消费需求，如提供环保型交通工具、智能家居服务等，激发消费者购买需求，以高质量、高价值产品升级消费习惯和方式，整体推动社会消费层次的上升，释放大量新型消费潜力。

3.3.2 构建产业链供需动态平衡体系的机制

国有企业充分发挥其产业引领带动作用，通过科技创新机制，构建产业链供需的动态平衡体系。通过主导科技创新实现产业链内的供需平衡和跨产业的供需撬动，拉动内需的持续性增长。国有企业相对于中小企业在资金、人才等方面实力较强，并且有能力、有意愿进行科技创新，充分发挥产业链龙头企业在科技创新中的引领作用。国有企业特别是央企在航空、电信、钢铁等领域适度超前投资，推动不同地区产业的协同发展，激发新的内需潜力，促进各行业的共同繁荣。国有企业通过科技创新构建供需动态平衡体系的具体机制体现在两个方面：

一是国有企业通过开展核心技术攻关，提升产业链整体效能，创造更多自主掌控的新产品新技术，拉动内需持续增长。关键核心技术由于其不可替代性和难以复制性等特点成为影响产业链是否断链的决定性因素。国有企业作为行业的发展动力和创新引力，通过创新示范、知识溢出、技术关联等渠道，破解关键要素供需失衡、核心技术“卡脖子”等难题，提高传统要素与创新要素的配置效率，实现产业链的完整性、稳定性和连续性，有效提升产业链内供给和需求的适配性。

二是国有企业通过产业链协同创新构建融合生态，为产业各方提供技术支持，提升产业供需匹配能力，撬动内需增

长。科技创新通过大数据、云计算、互联网等技术与其他行业融合，增强需求分析能力和引导供给随需求变化的适应性能力，推动企业利用市场供求数据对产品数量和质量及时作出调整决策，有效对接消费者需求。例如，数字技术有力带动了平台经济的发展，大大降低了买卖双方的信息搜集成本，实现商品线上买卖，并有助于生产者通过数字平台汇总消费者需求，按需生产。国有企业在提升供给与需求的匹配性基础上，还能够通过创新升级和新技术新产品的不断涌现，带动产业的创新和转型升级，发挥杠杆撬动作用，拉动产业总需求大幅增长。

科技创新作为扩大内需的发展动能，在构建两大体系中发挥核心作用。在创新中持续吸纳新的科技人才和拉动更多就业机会，为有效实现“消费与投资良性循环体系”和“产业链供需动态平衡体系”提供了稳健可持续的能力保障，为科技创新机制提供了长效动力，有效促进内需空间的长期发展。基于国有企业落实扩大内需战略的框架与路径，以科技创新为动能，发挥“消费引领投资，投资促进消费”的合力作用以及“产业上下游协同与跨产业联动”的合力作用，实现构建消费与投资的良性循环体系与产业链供需的动态平衡体系两大目标。

4. 国有企业落实扩大内需战略的未来展望

4.1 挖掘消费潜力和投资效能，拓展新型需求

数字化、智能化、绿色化等新型消费投资需求发展趋势已成为共识，国有企业在向市场提供新型产品和新型服务应用推广方面仍有较大发展潜力，孵化新型场景、新型业态和新型模式方面仍有较多探索空间。国有企业通过多种方式提振大宗耐用品消费和制造业机器设备等固定资产投资，应对传统需求增长趋势乏力以及新型需求的不断涌现，更好地挖掘消费潜力和投资效能，拓展新型需求，拉动内需增长。

4.2 发挥引领作用，强化延链和跨界合作

国有企业充分发挥引擎功能和辐射带动作用，打造横向和纵向产业联盟，加强产业间的协同和合作，提升产业的供需匹配能力。**在纵向层面**，国有企业基于自身优势，有效整合分散的资金、技术和人才等资源，持续提升产业链协同创新水平，在持续创新中促进产业链上下游的消费与投资。**在横向层面**，国有企业加大跨界合作和延链力度，构建产业链发展联盟，实现资源共享，信息互通，促进供给与需求的更高效匹配，助力扩大内需。

4.3 深化科创体制改革，撬动内需增长

国有企业要深化科技体系和能力建设，做好制度安排设计，强化国有企业科技创新主体地位。发挥国有企业基础资源规模、产业布局等优势，通过资本投资运营、兼并重组等多种资源整合方式，推动资源要素向前沿技术和颠覆性技术适当倾斜，为扩大内需提供持久动能。