

商务部关于“促消费”的若干意见 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

[https://www.100test.com/kao\\_ti2020/307/2021\\_2022\\_\\_E5\\_95\\_86\\_E5\\_8A\\_A1\\_E9\\_83\\_A8\\_E5\\_c80\\_307320.htm](https://www.100test.com/kao_ti2020/307/2021_2022__E5_95_86_E5_8A_A1_E9_83_A8_E5_c80_307320.htm)

商务部关于“促消费”的若干意见(商运发[2007]120号) (相关资料:地方法规1篇) 各省、自治区、直辖市、计划单列市及新疆生产建设兵团商务主管部门：近年来，中央扩大内需政策取得积极成效，我国居民消费实现了较快增长。“十五”以来，社会消费品零售总额年均实际增长11.4%，快于经济增长速度1.6个百分点。居民最终消费支出年均增长7%，远远高于世界2.4%的平均水平。但投资和消费、内需和外需比例关系不协调，我国最终消费率持续走低，目前只有51%左右，消费对我国经济增长的拉动作用仍然偏弱。中央经济工作会议明确提出，要把“促消费”作为当前和今后一个时期经济工作的一个重要着力点，努力保持和扩大经济发展的良好势头。各地商务主管部门要认真贯彻落实中央的这一战略部署，切实加强组织领导，积极采取有效措施，努力扩大消费需求。2007年商务领域“促消费”的基本思路是：紧紧围绕商务工作职能，充分发挥流通促进便利消费、实惠消费、安全消费、循环消费和持续消费的功能，以培育农村消费、扩大服务消费为重点，通过完善流通网络，推行现代流通方式，加强公共信息服务，改善消费环境，营造良好氛围等措施，大力培育消费热点，推动消费结构升级。

一、准确判断消费状况 当前，我国城乡居民消费呈现多层次、多样化发展，城乡、地区和不同群体之间的消费差别较大。各地商务主管部门要切实加强对本地区消费特点、消费结构、消费方式、消费习俗、消费设施等

方面的调查研究，深入分析影响居民消费的各种条件和因素，及时掌握消费发展变化的特点、问题和趋势。要因地制宜，针对不同地区、不同行业、不同收入群体，研究提出扩大消费的具体措施，确定不同阶段扩大消费的工作重点和方式。要总结、宣传和推广“促消费”方面的经验，把行之有效的措施落到实处。

二、重点培育农村消费 农村消费增长缓慢是我国城乡居民消费发展不平衡的主要矛盾。各地商务主管部门要坚决贯彻执行党中央、国务院关于加强“三农”工作的方针政策，千方百计培育和扩大农村消费。

100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问  
[www.100test.com](http://www.100test.com)