

# 消费升级对经济产生强劲拉力

叶为金 ●

**消**费升级与助推经济增长是相互协调、相互促进的关系。当升级到一定程度时,出现新的产品需求,产生新的行业企业,在示范效应下成为促进消费结构升级的一个动因。近几年,我国消费需求增势强劲,对经济的拉动力不断增强,是与城乡居民消费升级紧密相关的。居民消费品中多功能、智能型耐用家电已成为城镇居民更新家电的首选,家用影碟机、家用电脑消费持续升温,升级换代加快。2006年移动电话普及率提高,更新速度之快创其它消费品之首,拥有量同比增长17.23%。家用汽车成为高收入户家庭消费追逐的目标,2006年底城镇居民每百户汽车拥有量同比增长26.5%;随着信息应用水平逐步提高,居民家庭接入有线电视、互联网的计算机用户持续增加,每百户拥有移动电话152.9台,增长11.6%。

## 消费升级的作用

居民消费的结构型升级和质量型升级,大大推动了高新技术在生活领域的运用和推广,成为消费升级的最典型标志。

(一)消费升级成为消费增长的动力,满足了不同消费群体的消费需求。一般而言,在人均GDP超过1000美元

之后,城镇居民消费结构将发生跳跃性变化。以住房、汽车为龙头的消费热潮已经到来,投资型和服务型消费热点支撑着消费品市场的活跃与稳定增长,为消费的扩容增添新动力。我国第一、二次消费高峰满足了人们对服装、电视等生活必需品的需求,在第三次消费高峰中,随着人口结构变动和消费结构的升级,居民消费开始从满足于基本的生存需求向重视生活质量的提高转变,从追求物质消费向追求精神消费和服务消费转变,品牌消费将渐成趋势。传统食品、衣着消费倾向将趋于下降,交通、通信、居住、教育、文化娱乐、医疗保健等消费倾向将趋于上升,品牌服装、化妆品、黄金珠宝等奢侈品消费所占比重将逐渐提升。

(二)居民消费结构升级有力地推动了第三产业的迅猛发展。据统计,1998-2005年我国第三产业增加值年均增长9.7%,超过GDP增速0.8个百分点。随着可支配收入迅速提高,消费结构升级朝着高级化发展,带来了第三产业层级变革。据测算,“九五”期间,经济每增长1个百分点,居民消费水平大约增加0.8个百分点,居民的旅游支出增加2.2个百分点。如消费升级推动了国内旅游业加速发展,旅游需求出现结构性变化,观光游需求快速

发展,休闲游加速发展,预计未来几年观光游将以10%以上速度发展,而休闲游的增速将在20%以上。因此,居民消费升级的加快,为与企业生产密切相关的交通运输、仓储、金融保险、信息咨询等第三产业创造了巨大的发展空间。

(三)消费升级推动了我国相关行业的发展。在消费升级的直接带动下,居民尤其是城镇居民对住宅和汽车的强大需求有力地支撑了重化工业的发展,工业化加速推进到重化工业为主导的新阶段。近年来,住房和汽车在居民消费需求的拉动下快速发展,据统计,城市居民人均住宅面积从1997年的17.8平方米扩大到2005年的26.1平方米,年均增长4.9%;农民人均住房面积由22.5平方米提高到29.7平方米,年均增长3.5%。城镇居民平均每百户汽车拥有量由1999年的0.34辆增加到2006年的4.3辆。一般而言,住房和汽车具有把消费需求和投资需求有效连接起来的突出功效。从消费需求来看,住、行需求体现了整体跨入小康生活的消费者更高层次的生活追求,是代表消费升级的高价值商品。从投资需求来看,住、行投资与最终消费需求紧密相关,其扩大就业、拉动增长力度也最为强劲,由于住、行涉及国民

经济几十个部门,产业链条较长,投资乘数效应较大,能更有力地促进经济持续、快速、协调、健康增长。从具体产业来分析,住、行为主导的消费结构必将拉动建材、钢铁、石油、石化、有色金属、橡胶、塑料等重化工业的发展,重工业的产业链极长,巨大的拉动效应对持续的经济增长至关重要。

### 消费升级过程中的障碍

目前,居民消费结构升级面临许多政策和体制性障碍,概括起来包括以下几个方面:

一是住房市场的乱收费问题仍未得到根本解决。目前,土地和住房建设中的各种乱收费仍较突出,主要表现在收费项目多,手续繁琐;一些部门和单位违反规定,擅自设立收费项目,提高收费标准,扩大收费范围;一些地方政府超越管理权限出台收费政策等,加重了消费者的经济负担。据调查,房地产开发企业承担的各种收费约占房价的15%左右,而涉及收费的项目多达几十项。

二是涉及住、行产品生产的企业竞争还不够充分,使得住、行产品价格整体仍偏高。目前在住、行领域,基本上还是国有企业占居主导地位,对其他所有制企业还设有各种各样的市场准入门槛,妨碍了各种生产要素活力的竞相发展,使社会财富创造的源泉不能充分流动。

三是满足住行需求的外部条件不配套。如在许多城市,居民停放私家车已成为一大难题,这一方面说明专门的停车场收费较高,另一方面说明城市的布局远没有考虑汽车快速进入家庭的需要。再有,由于城市道路交通规划赶不上城市人口的快速扩张以及机动车的增长,拥挤的道路使不少消费者只能持币观望。

四是消费环境不容乐观。假冒伪劣产品屡禁不止、价格欺诈、虚假宣

传、消费纠纷解决不及时等问题成为影响当前消费环境的突出障碍。特别是由于我国正处于社会经济发展的转轨时期,市场经济的各种法律法规尚不够完善,市场信息缺乏充分性、及时性和对称性,市场交易还不够规范,导致商品质量问题仍然比较突出,不仅损害国家、集体、消费者个人的利益,还会危及消费者的身体健康和生命、财产安全。

五是抑制消费的因素还没有明显减少。主要表现为消费环境的缺乏诚信和竞争的无序化迫使消费者捂住了钱袋。与城市相比,农民消费不方便、不放心、不实惠已成为抑制农村消费的三大“拦路虎”。

### 消费升级的发展趋势

“十一五”期间,随着工业化、城市化的进一步深化,人均收入水平的大幅提高,由消费以及消费升级推动的经济增长必将逐渐占据主导。

(一)宏观经济趋好决定了消费升级步伐将加快。我国经济正处于城市化、工业化发展初期,未来10—15年将是重要的发展机遇期,整个经济总量和规模将上一个新的台阶。因此,未来10—15年将是我国消费的黄金时期,发展空间十分巨大。随着收入和购买力的提高,居民消费开始从满足于基本的生存需求向重视生活质量的提高转变,从追求物质消费向追求精神消费和服务消费转变。目前医疗、文化、体育、娱乐、旅游、餐饮、家政、物业管理等消费,不仅所占比重偏低,而且产品与市场狭小,表明居民消费具有巨大的增长空间。

(二)人口结构决定了消费潜力的增长空间。根据国际经验,个人消费支出的高峰期一般在40—50岁左右,也就是说2010年前后的10年将是我国消费增长最快的时期,现阶段的消费增长正处于高峰期的开端。上世纪60年

代的高生育率使我国从90年代开始逐渐迎来了人口增加带来的需求扩张。这一年龄段的人口目前正逐渐度过高储蓄期,消费需求将呈快速增长态势。人口出生率和人口结构是影响消费结构的关键。1981年之前出生的独生子女有9000万人,目前正处于收入和消费的上升期;而1992—1998年出生的独生子女约有3亿多人,亦将逐步进入消费年龄,这两代人的消费倾向要远高于储蓄倾向。特别是在国家对社会保险、医疗、教育等社会保障机制加大投资的背景下,居民消费力将得到更为充分的释放。

(三)汽车与住房对经济的拉动力方兴未艾。随着消费升级,汽车进入家庭已经成为一个不可逆转的趋势。目前我国千人拥有汽车大约为30辆,远低于世界平均水平(120辆/千人)。预计到2020年,私人载客汽车将达到9000万辆,轿车年销量将突破1000万辆。未来,我国汽车销量的增长速度将会在15%左右。房地产业能否健康发展,对整个经济增长的影响越来越大。未来住房将是消费结构升级的重点。此外住房、轿车带动的消费升级力度带动对家电、纺织品、家具、五金电料等商品的需求。

### 由生产大国向消费大国转变需要采取的对策

(一)分层次加快居民消费结构的升级。要防止居民对未来消费升级换代进行大量储蓄而不利于即期消费的实现,同时也要防止未来升级换代过于集中。当前应当细分消费群体的消费层次,维持消费升级的渐进性,使消费升级成为一个分层次、有步骤的稳定过程。对于中等偏上收入者可以以消费信贷等方式引导一部分中高收入者首先购房买车,对于中等收入者可以增加其文化娱乐消费,对于中等偏下收入者可以增加其耐用消费品的消

## ■ 链接

城镇居民耐用消费品拥有量

单位：台/百户

| 年份   | 家用汽车 | 家用电脑 | 移动电话  | 摄像机 | 彩电    |
|------|------|------|-------|-----|-------|
| 2000 | 0.5  | 9.7  | 19.5  | 1.3 | 116.6 |
| 2001 | 0.6  | 13.3 | 34.0  | 1.6 | 120.5 |
| 2002 | 0.9  | 20.6 | 62.9  | 1.9 | 126.4 |
| 2003 | 1.4  | 27.8 | 90.1  | 2.5 | 130.5 |
| 2004 | 2.2  | 33.1 | 111.4 | 3.2 | 133.4 |
| 2005 | 3.4  | 41.5 | 137.0 | 4.3 | 134.8 |
| 2006 | 4.3  | 47.2 | 152.9 | 5.1 | 137.4 |

资料来源：中国统计年鉴

费与换代。

(二) 调整产业结构和供给结构，转化高收入群体的长期储蓄为有效购买力。如何成功启动高收入群体的购买力，成为消费需求主体，对经济增长的拉动作用不可估量。因此，要从满足更高层次的消费需求入手，加快调整和升级供给结构。要积极调整产业结构、产品结构，增加高档产品、创新商品和投资品的供给，特别是增加服务品的供给，最大限度地满足高收入群体的消费需求和消费领域。

(三) 进一步增强鼓励消费的政策力度。要把扩大内需的重点从投资转向消费，将巨大的消费需求潜力转化为现实购买力，就必须调整消费政策，转变管理观念。一是及时清理并取消限制消费的各种政策和行为，加大消费政策的调整力度，鼓励发展新的消费热点和消费方式，清理限制性的消费政策，大力促进消费结构的升级活动。要把改善农村消费环境作为各级政府的一项重要工作，除加快农村电网建设外，还有广播电视网、邮政通讯及信息网络建设，农村公路网络改造和建设，农村医疗卫生网点建设等等，这些都直接关系到农村居民消费需求的满足与消费质量的提高。二是完善社会保障制度和发展社会公共事业，增强居民的安全感，改善居民的支出预期。三是促进低收入群体的收入稳

定增长，特别是加大对农民减负增收的支持力度。四是继续整顿市场经济秩序，改善消费环境，增强消费信心。

(四) 加快不同档次消费品的替代转化。由于收入差别的客观存在，某些高档消费品、中档消费品与低档消费品是永远也无法替代和转化的。但是，随着收入水平的普遍提高，不同收入

阶层的消费结构会发生变化，原来属于高收入阶层消费的产品可以普及到大众或中等收入消费层面，原来属于大众或中等收入消费层面的产品也可以普及到低收入阶层消费层面，这种转化正是消费结构升级与产业结构梯度升级的最显著标志所在。从这个意义上讲，三大类产品群的替代与转化对消费升级与扩大内需有重大影响。我国居民三次消费升级均体现了由高档消费（或高收入消费）向中档消费（或中等收入消费）、中档消费向低档消费（或低收入消费）普及与转化的进程，从而引起了消费结构的梯度升级变化。因此，扩大内需，带动消费结构梯度升级的政策核心在于适应不同等级收入群体消费需求的扩张，推动三大类消费产品群的替代转化。●

(作者单位：云南财经大学)

责任编辑 李 颖

## 图片新闻

近日，湖北省沙洋县将部分中小学教学楼及学生公寓的改扩建工程纳入政府采购并实行公开招标，涉及金额90多万元。●

(李军 郑云 谢朱 摄影报道)



PHOTO NEWS