

中国人口结构已为扩大消费打开时间之窗

□ 主持人 邹民生 乐嘉春

一段时期,经济学界对中国经济正面临内外失衡的双重挑战表现出高度的关注。在对未来增长模式的探讨中,扩大内需、启动消费成为许多人提到的主要对策之一。那么,如何扩大内需?启动消费的关键又在哪里?在诸多对策意见中,我们注意到一个非常重要的因素,就是中国的人口结构特别是年龄结构以及收入与消费结构问题。人,既是消费品的创造者,同时也是消费的主体。那么,中国的人口结构特别是消费结构又怎样呢?值得一议。

目前的人口结构使我国经济面临着一个刺激消费、扩大内需的良好时机,而人口的收入状况和分配状况决定了消费能力和消费水平,消费品市场潜力巨大

主持人:两位好。经济界有一种中国正在享受“人口红利”的说法,就是说目前的人口结构对刺激消费、扩大内需非常有利。对此,你们怎么看?

杨宜勇:从经济学的观点来看,人口既是消费的起点,又是消费的终点。从这个意义上说,任何消费政策的出台,都必须符合一国人口的实情。具体来说,人口对消费的决定作用表现在以下几个方面。

一方面,人口的总体规模是影响消费规模的重要因素。一般来说,在不考虑收入状况的条件下,人口多的国家,其消费规模也较大。从现实情况来看,也基本符合这个规律。比如中国是世界第一大人口国家,拥有13亿人口,虽然人均收入水平较低,但消费规模却是世界第一。

而据总部位于华盛顿的环境调查集团地球政策研究所最近发布的一份报告称,尽管中国的人口是美国人口的4.5倍,人均年收入仅仅是美国的七分之一,但目前中国已超过美国成为最大的食品和工业品消费国。例如中国2004年消费了3.82亿吨谷物,相比之下美国为2.78亿吨,同时,中国消费了6300万吨肉制品,美国则为3700万吨。

另一方面,人口结构又决定了消费结构。同样,人口结构的变动也决定了消费结构的变动。目前我国的人口结构正处在一个较为合理的阶段,也就是经济学家所指的“人口红利”时期,人口当中的低龄和高龄人口均占有相对较轻的比重。

国家统计局的数据也证明了这一点,2005年,我国0-14岁的有26504万人,占20.3%,15-64岁的有94197万人,占72.0%,65岁及以上的10055万人,占7.7%。一般来说,不同年龄段的人口具有不同的消费行为和消费习惯。年轻人的消费较为激进和大胆。相对而言,老年人的消费则较为保守和



杨宜勇

国家发展和改革委员会经济研究所副所长、研究员,博导,兼任中国劳动学会副秘书长,中国就业促进会常务理事,中国青年创业行动指导团顾问。主要从事人口与就业、收入分配等方面的政策研究。



李长安

北京多科德经济咨询公司首席研究员,经济学副教授。主要研究方向为劳动与就业、收入分配等。

谨慎。可见,目前我国以适龄人口为主的人口结构使我国的经济正面临着一个刺激消费、扩大内需的良好时机。而随着人口结构的变动,低龄和老龄消费市场也是商机无限。

有关研究机构最新发布的儿童用品市场研究报告显示,中国儿童用品市场将以每年12.4%的速度递增,到2010年该市场的整体规模将超过千亿元人民币;而随着中国老年人口的不断增加,老年消费市场潜力巨大。据国家统计局和全国老龄委提供的调查资料表明,目前老年人消费能力每年达3300亿元,2010年预计将达到1万亿元人民币。

李长安:除了上面杨老师提到的两个方面外,我再补充一条,即人口的收入状况和分配状况决定了消费能力和消费水平。中国的人均收入长期以来都处于一个很低的水平当中,相应地人们的消费能力也很低下。2003年,我国的人均GDP首次突破了1000美元大关。国际经验表明,这正是消费结构升级换代非常显著的时期。近年来出现了以住房和汽车消费为代表的消费升级,同时,教育、医疗、旅游、电信、信息和家庭娱乐商品的更新换代产品都将成为消费支出中增速较快的项目,消费升级将给我国与之相关的产品和服务行业提供前所未有的发展机遇。

另一方面,收入分配的均等程度也对消费水平起着一定的制约作用。实证研究表明,如果收入分配差距越大,那么整个社会的消费能力就会降低。这是因为掌握大量财富的少数富人的消费倾向要远远低于中低收入者的消费倾向。我国目前的基尼系数已经超过了0.4的国际警戒线,属于收入分配较不公平的国家之列。这就造成了占有中国人口总量70%左右的广大农民,他们的整体消费能力远不如占有30%的城镇居民。而这也正是我国消费迟迟不能有效启动的主要原因。

扩大中等收入人口比重对启动消费有重大影响,预计到2025年,中国中等收入人群将会达到5.2亿人,届时中国的城市家庭将成为全球最大的消费

市场之一

主持人:不久前,中央专门研究了改革收入分配制度和规范收入分配秩序问题。其中引人注目的一个议题是,把扩大中等收入人口的比重放在了当前工作的重点。两位能否具体分析一下,该项政策对启动消费、扩大内需的意义。

杨宜勇:把扩大中等收入人口的比重作为启动消费和扩大内需的突破口,可以说是十分准确和相当及时的一条措施。中等收入阶层不仅是社会消费的“主力军”,也是维护社会稳定、形成中等收入阶层的雏形;而在城镇内部,收入和财产的集中化也使城镇中等收入者难以成为一个稳定的阶层。

应该特别指出的是,中国的中等收入群体,是国内的相对水平,不是国际的相对水平和绝对水平。国内一部分社会精英群体在这个认识上有明显的误解。有人一提中国中等收入水准,就照抄美国中产阶级的标准;也有人认为应该采用世界银行使用的中等收入国家的标准,这些都是时空错乱的结果。中等收入是一个结构性指标,这是出发点,描述中等收入可以使用对应的绝对指标,但是一定要符合国情。

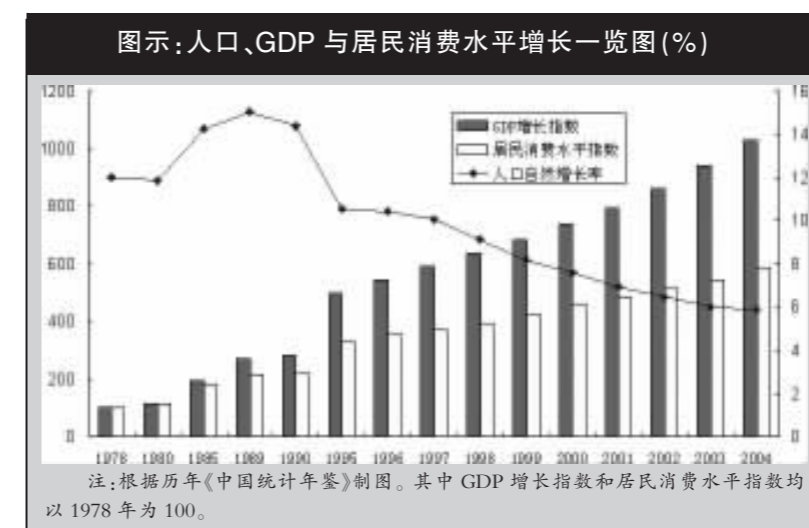
另一方面,中国必须在缩小基尼系数的基础上,扩大中等收入人口比重。实证分析上这两者是严格对等的。到2020年,如果要中等收入人口比重达到50%以上,中国的基尼系数至少要求降到36%,农村至少要降到44%,城镇至少要降到31%。发达国家的中产阶级都是资本主义中后期的产物,城市化和工业化的水平都相当高,农村人口都在8%以下。中国目前是一个城乡二元结构十分明显的国家,农村人口占大多数,城市培育中等收入群体还有一定困难,农村如何培育中等收入群体更是一个大问题。

李长安:中等收入人口规模的扩大和占总人口比重的上升,必将对我国消费产生重大影响。从发达国家经验来看,中等收入人口占据了总人口的绝大多数比例。他们的共同特点

是收入处于社会结构的中间,享有较高的生活水平,包括拥有私人住宅、自备汽车等生活资料,主体是公司“白领”和公务员、教师等。在美国,人均年收入从3万美元到100万美元的群体都是“中产阶级”,占全社会人口的90%;而日本的民意测验表明,90%的日本人自称“中产阶级”。改革开放以后,我国的中等收入人口队伍不断扩大。根据中国社会科学院的测算标准,1999年中国中等收入人口的比重为15%,2003年达到19%,预计到2020年,中等收入阶层有望达到40%—50%左右;另外根据“麦肯锡全球研究院(MGI)”的最新研究表明,到2025年,中国中等收入人群将会达到5.2亿人,届时将占中国预期城镇总人口的一半以上,其每年的总可支配收入为13.3万亿元人民币,食品、住房、医疗、教育等将成为城市消费者的主要支出。届时,中国的城市家庭将成为全球最大的消费市场之一,每年消费能力达20万亿元人民币。

扩大中等收入人口的比重,是启动消费和扩大内需的重中之重,也是未来国家制定消费政策的中心内容之一

主持人:显然,优化人口结构、扩大中等收入人口比重,对扩大内需、启动消费至关重要。那么,怎样才能扩大中等收入人口比重,推动消费增长呢?



图示:人口、GDP与居民消费水平增长一览表(%)

刺激消费需从人口与收入结构入手

□ 李长安

消费率偏低是困扰我国经济长期增长的主要障碍。根据国际经验,人均GDP达到1000美元左右时,居民消费率一般能达到60%。相比之下,中国早在2003年的人均GDP就已经突破了1000美元,但目前的居民消费率还不到50%。因此,人口作为消费的承载者,启动消费就必须把人口的结构及其变动当作首要考虑的因素。从目前的情况来看,要解开我国人口与消费的方程关系,必须解决好以下三个方面的问题:

第一,由于人口的基数庞大,决定了中国消费规模巨大,但消费质量低的问题。改革开放以来,中国的消费水平有了很大的提高。目前,中国已经成为世界上第一大消费国家。不过,从消费质量来看,却和发达国家存在着很大的差距。比如目前世界商品市场上有140万至150万种商品,而国内市

场中商品种类约有40万种;在闲暇消费(比如旅游、运动等)方面,中国的差距则更为明显。另一方面,中国人口每年以近千万的速度增长,也多次引发了国际社会对中国粮食消费和能源消费的担忧。比如最近日本权威的“丸红经济研究所”所长柴田明夫就妄称,中国有可能是未来日本乃至世界粮食危机的“罪魁祸首”。虽然这是一种危言耸听的言论,但其中反映出来的心态却值得我们深思。

由于中国人口持续增长的事实并没有得到根本的改变,因此,已经实行了20多年的计划生育政策虽然可以进行微调,但控制人口过快增长的核心任务依然不会改变。而相对从严格的计划生育政策对提高人口的消费水平和消费质量,也将继续发挥着其应有的积极作用。

第二,低收入人口较多,而中等收入人口太少的问题。目前,我国的农村贫困人口有2000多万,而城镇贫困人口的数量也有2000多万。贫困人口的消费能力极其低下,许多都处于“负储蓄”状态;中等收入人口应该是一国的消费主体,但我国中等收入人口的增长速度受制于体制因素,一直增长较为缓慢。以公务员为例,据统计,2003年,全国公务员的平均工资为15487元,在全国10多个行业的职工平均工资中,公务员的平均工资排名处于中下位次。另外,公务员收入分配的实际差距也很大,公务员收入分配的实际差距也很大,这主要表现在东西部地区。东部发达地区工资收入较高,西部落后地区收入则较低。收入最高的上海市与收入最低的陕西省的收入差距比例为2.8:1。这也是此次中央本着公平原则再次给公务员加薪的基本背景。

提高低收入人口的保障水平,扩大中等收入人口的比重,要求公共财政发挥“主角”的作用。公共财政通过加强转移支付的力度,扩大社会保障的范围,确保低收入者的基本生活需要;而提高公务员队伍、教师队伍等人员的收入水平,可以有效提高中等收入人口的消费水平,壮大中等收入人口的规模。

第三,人口年龄结构的变动,特别是老龄人口的增多,对扩大消费提出了更大的难题。根据生命周期理论,人口加快老龄化促使储蓄率提高,从而使消费率不断下降。具体来说,人口老龄化对消费的影响表现在:一是导致被抚养人口负担增大,对家庭的消费支出产生“挤出效应”。据预测,今后一段时期,我国老年负担系数将不断上升,由2000年的10.15%快速上升到

这中间,需要注意和解决哪些关键问题呢?

杨宜勇:我认为,从目前来看,扩大中等收入人口的比重是启动消费和扩大内需的重中之重,也是未来国家制定消费政策的中心内容之一。要壮大中等收入人口的队伍,必须做好以下几项工作。

一是继续全面深化收入分配制度改革。在促进市场的发育完善、人才和劳动力的充分竞争以及劳动生产率不断提高的过程中,深化收入分配制度改革,规范收入分配关系,逐渐形成“中间大、两头小”的收入分配合理格局。

二是加快完善有利于中等收入群体进一步发展的法制环境,使他们形成稳定收入的未来预期。

三是扩大中等收入人口的决定因素在于发展教育,特别是高等教育。俗语说:“知识就是力量”,知识是中产阶级的真正力量所在。

四是加强财富转移支付,逐步完善社会保障制度。这不仅有利于缩小收入差距,而且有利于巩固中等收入人口的持久性。

李长安:启动消费首先要解决的,就是必须积极稳妥地减少农村人口的数量,这也是提高农民收入水平和消费水平,缩小收入分配差距的最好办法。据估算,“十一五”期间,我国城市化率每年增加1个百分点,就会有100至120万人口从农村到城市。由于城市人口消费是农村的2.7至3倍,因此,城市化率每年提高1个百分点,可拉动最终消费率上升1.6个百分点。

其次,要制定和人口结构变动相适应的消费政策。我国未来人口变化最为显著的就是老龄人口的不断增加。由于老龄人口的增加会降低整个社会的消费率,抵消启动消费的政策功效,所以更应该未雨绸缪,加快完善养老保险制度,实现启动消费和老有所养“双赢”的目标。

最后,努力减少城乡贫困人口的数量,减少贫困发生率。只有对低收入人口和中等收入人口实行一手“保”,一手“提”的分类政策,才能使优化人口结构和启动消费真正协调起来。

看点

一方面,人口的总体规模是影响消费规模的重要因素。另一方面,人口结构又决定了消费结构。同样,人口结构的变动也决定了消费结构的变动。目前我国的人口结构正处在一个较为合理的阶段,也就是经济学家所指的“人口红利”时期,人口当中的低龄和高龄人口均占有相对较轻的比重。目前我国以适龄人口为主的人口结构使我国的经济正处在一个刺激消费、扩大内需的良好时机。而随着人口结构的变动,低龄和老龄消费市场也是商机无限。

2003年,我国的人均GDP首次突破了1000美元大关。国际经验表明,这正是消费结构升级换代非常显著的时期。近年来出现了以住房和汽车消费为代表的消费升级,同时,教育、医疗、旅游、电信、信息和家庭娱乐商品的更新换代产品都将成为消费支出中增速较快的项目,消费升级将给我国与之相关的产品和服务行业提供前所未有的发展机遇。

把扩大中等收入人口的比重作为启动消费和扩大内需的突破口,可以说是十分准确和相当及时的一条措施。应该特别指出的是,中国的中等收入群体,是国内的相对水平,不是国际的相对水平和绝对水平。国内一部分社会精英群体在这个认识上有明显的误解。有人一提中国中等收入水准,就照抄美国中产阶级的标准;也有人认为应该采用世界银行使用的中等收入国家的标准,这些都是时空错乱的结果。中等收入是一个结构性指标,这是出发点,描述中等收入可以使用对应的绝对指标,但是一定要符合国情。另一方面,中国必须在缩小基尼系数的基础上,扩大中等收入人口比重。

编余

消费板块是近来投资界关注的热门品种之一。然而,从各种统计数据看,消费情况其实并不像想象的那样乐观。扩大内需、启动消费已经讲了一段时间,但要真正让我国城乡居民的消费有质量地热闹起来,需要对消费以及与消费有关的许多方面做深层分析。

消费总是人的消费。在研究消费需求时,通常要关注不同群体的消费,特别是不同年龄和收入人群的消费。从中国人口的时间之窗看,现在是难得的消费扩张机遇期。抓住这个机遇,可以使我国经济化险为夷;失去这个机遇,那不只是消费问题,更麻烦的事将会在后面。

从这个意义上讲,关注消费板块是没有错的。只是怎么个关注法,就没有那么简单了。而相应的投资决策更需要有好的眼力才行。

—亚夫