

# 居民消费能力增强对中国与世界意义重大

世界强国的发展史说明,国力的强大,既离不开生产,也离不开消费。具备生产能力,而缺乏消费能力,国力就显得缺失。生产为消费服务是世界强国发展的客观规律,而消费又反作用于生产。真正的强国不仅在于能够为人类创造大量的财富,也有着强大的个人消费实力。在经济全球化深入发展的今天,强国之所以强更多地表现在对全球经济的贡献上,而动力主要来自于国民消费。没有国民的强大消费实力,就难以成为真正意义上的强国。

目前我国经济增长已步入新的发展通道,而消费结构升级又与产业结构升级、自主创新技术的发展、基础设施的建设、服务业比重的提升、资源的合理配置与利用、环境和谐发展等方面有着内在因果关系,把握好每个经济增长期的特征,理顺各种发展要素的关系,对可持续发展至关重要。

○梁达

近几年来,我国社会消费品零售总额一直保持着两位数的增长,居民消费的绝对增长率得到快速提升。事实证明,居民消费能力提高到一定水平,中国的进口贸易将会加快增长,国际产品可以在中国获得更大的市场,更多的产品在中国得到消化,而这又有助于减少中国同一些国家之间的贸易顺差。对国内市场来说,居民消费能力高了,可以改变目前靠投资和外贸支撑的经济增长结构,推动中国经济更加健康的发展。

## 我国居民消费能力已提高到一个新台阶

从上世纪80年代初到21世纪初,我国已经基本上解决了温饱问题,开始进入全面建设小康社会的新历史阶段,居民生活消费由以生存性消费为主导的传统日用型消费向以发展、享受性消费为主导的现代享用型消费转移。这种转移对网络消费、汽车消费、休闲消费产生了巨大的、爆发式的消费需求,在网络经济、汽车经济、休闲经济的支撑下,以网络消费时代、汽车消费时代、休闲消费时代为标志的新消费时代正在来临。

一、消费需求强劲增长。据国家统计局统计,社会消费品零售总额由2002年的48136亿元增加到2006年的76410亿元,年均增长12.2%,扣除价格因素,实际增长11.5%。2007年这一指标预计可望达到16%左右,实际增速达12%左右。在固定资产投资增速放慢的情况下,由消费需求主导的内需逆势上行,呈现出本轮经济扩张期以来最强有力的上升势头。消费热点主导消费市场,成为消费增长的新动力,居住和汽车类商品热再次引领消费增长。

二、居民消费水平加速提高。据国家统计局公布的统计数据,我国人民生活水平和生活质量显著提高。城镇居民家庭人均可支配收入由1978年的343元增加到2006年的11760元,增长33倍,年均实际增长7%;农村居民人均纯收入由134元提高到3587元,增长25倍,年均实际增长6.6%;城乡居民人民币储蓄存款余额由211元增加到161587元,年均增长

16.6%。

2007年前三季度,城镇居民人均可支配收入为10346元,扣除价格因素,实际增长13.2%,增幅高于上年同期3.2个百分点。农村居民人均现金收入3321元,扣除价格因素,实际增长14.8%,高于上年同期3.4个百分点。

收入水平的稳步提高,一方面直接对消费市场形成较强的消费能力和购买力,为消费需求的快速增长提供了前提条件;另一方面提高了居民的抗风险能力,增强了对市场变化的经济承受力。由于居民收入水平的快速提高,推动了消费需求的快速增长。

从恩格尔系数(消费支出中用于食品消费的比重)来看,2002年我国城乡居民恩格尔系数分别为37.7%和46.2%,2006年已下降到35.8%和43%,分别降低1.9个和3.2个百分点。

城乡居民消费水平进一步提高。2006年相对于收入的快速增长,城镇居民消费支出平稳,全年人均消费性支出比2002年增长了44.2%,扣除价格因素,年均实际增长7.6%。2006年,农村居民人均生活消费支出比2002年增加995元,扣除价格因素影响,年均实际增长8.0%,过去四年消费支出的年均实际增速比收入年均实际增速快1.8个百分点。

农村居民消费水平全面提升。农村居民人均生活消费支出年均递增11.4%,扣除物价因素,实际增长36.1%,年均实际增长8.0%。在农村居民生活消费的八个方面中,2006年农村居民消费的食品、衣着、居住、家庭设备用品的人均支出水平比2002年分别增长了43.5%、60.0%、56.2%和57.5%;交通通讯、文教娱乐、医疗保健、其他几个方面的消费水平分别比2002年分别增长了1.2倍、45.1%、84.2%和9.4%。

城乡居民消费结构向发展性和享受性方向变化。一是恩格尔系数下降。城镇居民恩格尔系数由2002年的37.7%下降到2006年的35.8%;农村居民恩格尔系数由2002年的46.2%下降到2006年的43.0%。

二是发展性和享受性消费比重提高。在城乡居民生活消费支出中,交通通讯、文教娱乐、医疗保健等发展性和享受性消费的支出大幅度增加,所占比重稳步提高。随着汽车进入家庭,电脑和手机等电子产品的普及,交通和

通信成为消费新亮点。

三是服务性支出比重提高。随着居民生活水平的提高,城镇居民家庭服务社会化趋势愈来愈明显,服务性消费的需求不断上升,居民消费支出逐步向服务性消费支出分流。2006年人均服务性消费支出2441元,比2002年增长了47.9%,占消费支出的比重由2002年的27.4%上升到2006年的28.1%。在农村居民生活消费支出中,服务性支出由2002年的人均528元提高到2006年的867元,占生活消费支出的比重由28.8%提高到30.6%,提高了1.8个百分点。

三、居民对一些高科技的商品需求大量增加,主要表现为耐用消费品拥有量成倍增长。2007年9月底,城镇居民每百户拥有家用汽车5.9辆,比2002年增加了3.4倍;拥有空调97.8台,比2002年增加了0.6倍;拥有电脑53.2台,增加了1.1倍;拥有移动电话164.5部,比2002年增加了1.3倍。农村居民当年新购主要家电产品中,平均每百户新购电冰箱2.4台,增长2倍,支出额增长2.1倍;空调机0.9台,增长1.6倍,支出额增长1.1倍;电脑0.6台,增长2.3倍,支出额增长2.1倍。

## 消费能力彰显大国实力

我国经济发展对世界经济具有积极贡献。随着我国综合国力大大增强,在世界经济中的地位进一步提升,促进了世界经济增长,中国经济成为世界经济增长的重要驱动力之一。根据世界银行公布的数据,2003年至2005年,我国经济增长对世界GDP增长的平均贡献率高达13.8%,仅次于美国的29.8%,排名世界第二。

据国家统计局统计,我国居民消费能力的增强直接对经济发展起着强大的推动作用,使国家经济实力大大提高。2003-2006年,我国国民经济保持了持续、快速发展的势头,国内生产总值年平均增长10.4%,各年均保持了两位数的增长。在此期间,我国的经济增速不仅大大超过了世界经济平均增长4.9%的水平,在世界各国(地区)中也是少有的较快增速。具体看,这4年我国经济增长速度比世界平均水平高5.5个百分点,比发展中国家(地区)平均水平高3.0个百分点,比印度高2.0个百分点,比俄罗斯高3.5个百分点。

点。2006年,在国际货币基金组织统计的180个国家和地区中,我国经济增长速度居第11位。

伴随着经济的快速增长,我国的经济总量(GDP)迅速增加。按汇率法计算,2002年GDP总量为14538亿美元,到2006年已达到26452亿美元;居世界的位次也由2002年的第6位上升到2006年的第4位;GDP总量占世界的比重由2002年的4.4%提高到2006年的5.5%。从与美、欧、日三大经济体的比较来看,我国的经济实力迅速提升。2002年我国GDP总量分别是美、欧、日的13.9%、21.3%和37.0%;2006年则分别提升为20.0%、25.1%和60.6%。与此同时,对世界经济的影响力进一步增强。

与此同时,我国对外贸易扩大给世界各国带来了诸多益处。2003-2006年,我国出口增长迅速,出口额分别达到4382亿美元、5933亿美元、7619亿美元和9689亿美元,年平均出口增速达到31.4%。中国物美价廉的商品输往世界各地,提高了进口国居民的实际收入水平,促进了消费的增长。

2003-2006年是我国国民经济高速增长的四年来,国内对原材料、机械设备及高新技术产品的需求大幅增加,机电产品和高新技术产品进口的快速增长,不仅弥补了国内经济建设资源和技术的不足,而且为产业结构的调整和升级创造了条件。我国在扩大出口的同时积极开放市场,努力扩大进口。2003-2006年,我国进口年平均增速达28.3%。其中机电产品和高新技术产品进口额分别是2002年的2.8倍和3.0倍。进口规模的快速扩大,为其他国家提供了广阔的市场,创造了就业机会。

高消费的中国是世界的新福音。

如果说过去28年中国廉价的商品为世界提供了低成本的发展机会,那么今后几十年中国持续的消费增长会为世界带来就业增长和百业繁荣,会给各大洲不同水平的国家带来巨大商机。

近年来,除了美国和法国之外,主要发达国家的家庭消费增长速度均在下降,消费品产业的生产能力过剩已经成为世界经济增长的最大障碍。作为世界上人口最多的国家,中国增加家庭消费对吸收全球过剩的生产能力,推动世界经济增长,将做出历史性贡献。更为重要的是,中国不但将在扩大消费量方面有所作为,更可以在改善消费方式上大有作为。全球面临过度消耗能源和资源的消费方式的挑战。发达国家,特别是美国的高消费模式已经难以维系。在从低消费转向高消费的过程中,中国可以避免发达国家消费方式的危害,着力于调整消费结构,减少消费对能源和资源的消耗,以节约型消费代替浪费型消费,中国的绿色消费方式必将有利于全球的可持续发展。

目前世界经济正进入一个消费产品过剩化、多样化的时代,消费者的发言权、影响力要大于生产者。中国的强大不仅取决于能够制造多少产品和我们制造了什么产品,也取决于我们买什么商品,买多少商品。从这个意义上讲,未来经济可持续发展的动力来自于内需,来自于如何把居民的消费潜力发挥出来,使经济从依靠外部消费的驱动转变为依靠内部消费的驱动。这个转变就是未来改革的重点所在,从这个角度来看,中国未来为全球可持续发展的贡献,在相当大的程度上将取决于提高消费水平。

## 城乡居民三次消费升级情况

	第一次消费升级	第二次消费升级	第三次消费升级
过程	20世纪60年代至80年代末	20世纪90年初至90年代末	21世纪初至今
代表商品	自行车、手表、缝纫机	彩电、电冰箱、洗衣机	汽车、住房、通讯产品
目标	温饱型	由温饱向小康型	发展享受型
消费重量级	百元级	千元级	万元、几十万元以上
持续时间	30多年	10年左右	数10年至百年以上

## 城乡居民家庭平均每百户年底耐用消费品拥有量

品名	1995年		2000年		2005年		2006年		2007年
	城镇	农村	城镇	农村	城镇	农村	城镇	农村	城镇
彩电(台)	89.79	16.92	116.60	48.74	134.80	84.00	137.43	89.43	137.50
电冰箱(台)	66.22	5.15	80.10	12.31	90.72	20.10	91.75	22.48	95.10
洗衣机(台)	88.97	16.9	90.50	28.58	95.51	40.20	96.77	42.98	96.80
空调器(台)	8.09	0.18	30.80	1.32	80.67	6.40	87.79	7.28	94.80
移动电话(部)			19.50	4.32	137.00	50.20	152.88	64.09	164.50
家用电脑(台)			9.70	0.47	41.52	2.10	47.20	2.73	53.20
组合音响(台)	10.52		22.20	26.38	28.79	58.37	29.05	64.09	30.10
照相机(架)	30.56	1.42	38.40	3.12	46.94	4.05	48.0	4.18	44.90
录像像机(架)	18.19	1.12	20.10	3.30	15.49	3.00	15.08	2.97	16.01
家用汽车(辆)			0.50		3.37		4.32		5.90

资料来源:中国统计年鉴 注:2007年为9月底数据

## 居民消费水平

本表绝对数按当年价格计算,指数按可比价格计算。

年份	绝对数(元)				城乡消费水平对比(农村居民=1)	指数(上年=100)				指数(1978=100)			
	全居民		城镇居民			全居民		城镇居民		全居民		城镇居民	
	农村	城镇	农村	城镇		农村	城镇	农村	城镇	农村	城镇	农村	城镇
1978	184	138	405	2.9	104.1	104.3	103.3	100	100	100	100	100	
1979	208	159	425	2.7	106.9	106.5	102.8	106.9	106.5	102.8	106.9	102.8	
1980	238	178	489	2.7	109	108.4	107.2	116.5	115.4	110.2	116.5	110.2	
1981	264	201	521	2.6	108.3	109.8	104	126.2	126.8	114.6	126.2	114.6	
1982	288	223	536	2.4	106.8	109.1	100.7	134.8	138.3	115.4	134.8	115.4	
1983	316	250	558	2.2	108.1	110.6	102.1	145.8	153.1	117.9	145.8	117.9	
1984	361	287	618	2.2	112	112.9	107.9	163.2	172.8	127.2	163.2	127.2	
1985	446	349	765	2.2	113.5	113.3	111.1	185.2	195.7	141.3	185.2	141.3	
1986	497	378	872	2.3	104.7	102.3	106.7	194	200.3	150.8	194	150.8	
1987	565	421	998	2.4	106.7	104.9	105.6	205.5	210	159.3	205.5	159.3	
1988	714	509	1311	2.6	107.8	105.2	109.7	221.5	221	174.7	221.5	174.7	
1989	788	549	1466	2.7	99.8	98.3	100.7	221	217.2	176	221	176	
1990	833	560	1596	2.9	103.7	99.2	108.5	229.2	215.4	190.9	229.2	190.9	
1991	932	602	1840	3.1	108.6	105.4	110.7	249	227.1	211.4	249	211.4	
1992	1116	688	2262	3.3	113.3	108.5	116.1	282	246.5	245.3	282	245.3	
1993	1393	805	2924	3.6	108.4	104.3	110.4	305.8	257.1	270.8	305.8	257.1	
1994	1833	1038	3852	3.7	104.6	103.1	104.4	320	265	282.8	320	265	
1995	2355	1313	4931	3.8	107.8	106.8	107.2	345.1	282.9	303.2	345.1	282.9	
1996	2789	1626	5532	3.4	109.4	114.5	103.4	377.6	323.8	313.6	377.6	323.8	
1997	3002	1722	5823	3.4	104.5	103.1	102.2	394.6	334	320.4	394.6	334	
1998	3159	1730	6109	3.5	105.9	101.2	105.9	417.8	338.1	339.2	417.8	338.1	
1999	3346	1766	6405	3.6	108.3	105.1	107	452.3	355.3	363	452.3	355.3	
2000	3632	1860	6850	3.7	108.6	104.5	107.8	491	371.3	391.1	491	371.3	
2001	3869	1969	7113	3.6	105.7	104.5	103.2	518.8	388	403.6	518.8	388	
2002	4106	2062	7387	3.6	106.5	105.2	104.2	552.5	408.1	420.5	552.5	408.1	
2003	4411	2103	7901	3.8	106.5	100.3	106.3	588.5	409.5	447.2	588.5	409.5	
2004	4925	2301	8679	3.8	107.4	103.4	106.4	632.3	423.5	475.7	632.3	423.5	
2005	5463	2560	9410	3.7	107.9	107.6	105.7	682.3	455.7	502.8	682.3	455.7	
2006	6111	2848	10359	3.6	109.3	108.6	107.6	745.8	494.9	541	745.8	494.9	

注:1.城乡消费水平对比,没有剔除城乡价格不可比的因素。  
2.居民消费水平按常住人口平均计算的居民消费支出。  
3.资料来源:2007中国统计年鉴

# 我国消费水平与大国地位有差距

通常意义上,国家消费能力主要包括:国内投资和居民消费能力、货物和服务进口能力、技术进口能力、企业海外兼并和收购能力等几个方面。20多年来我国经济飞速增长的原因和结果都是消费的增长。但是,由于国内悠久的储蓄传统、教育和医疗保障制度缺陷、西方限制中国高技术产品进口等各方面原因,中国的消费增长还落后于生产的增长。这具体表现在投资快于消费、出口超过进口、外汇储备和个人储蓄双高等。

与很多国家相比,中国的家庭消费水平相对落后仍较明显。自20世纪90年代以来,家庭消费占国内生产总值的比率不升反降,从1990年的50%降到2003年的40%,这一比率的世界平均水平为62%,发展中国家为58%。在世界银行的统计中,中国排在倒数第4位。虽然中国经济总量已经超过意大利等国,但家庭消费总额却不如意大利。可见,中国的家庭消费水平与其世界经济大国的地位是不相称的。

中国人口占世界总人口1/4,但消费总量却只占世界的4%。表明一是中国仍然存在着消费不平衡的问题,城市里的人花钱多一些,农村的人花钱少,原因是收入差距较大。二是不敢花

钱,存钱多,花钱少。国内消费者后顾之忧之虑还比较多,同时也意味着消费潜力很大。现在中国人存在银行里的个人账户总额约达两万多亿美元,就算拿出1/10来消费,就是2000多亿美元,那就会对中国和世界经济产生一定的影响。

总体来看,近年来我国居民消费水平的增长速度令世界关注。无论是国内置产和海外购物,一些发达国家的居民也表示惊叹。中国实际消费水平可能比已知的高,因为用人民币的汇价衡量中国购买力显然不尽合理。随着中等收入这一消费主体的扩大以及对其他消费主体的拉动,中国会迅速成为世界主要消费市场之一。随着经济不断增长和消费潜力的进一步挖掘,中国有望在2010年成为世界前五位的居民消费国。

不容置疑的是,中国已经成为全球名列前茅的生产大国,但要成为一个消费大国,还有一段路要走。在提升消费实力方面所面临的挑战,是在通往强国之路上必须解决的难题。比如,要让更多的老百姓有更多的钱可花,首要解决的是一是增加收入;二是缩小贫富差距。再如,要让老百姓敢花钱,面临的问题一是逐步建立起良好的福利体制,减少后顾之忧;

二是培育有序、安全的市场,让消费者放心消费。

要提升消费能力,就是要继续想办法大力增加居民收入,增强居民的购买力和抗风险力,采取有力措施提高低收入阶层的收入水平。在财政收入大幅度增长的情况下,一方面要考虑降低相关税收的税负以“藏富于民”,另一方面通过增加社会福利支出的方式,来提高社会弱势群体的消费能力;加强对各级政府财力分配的监督,真正实现取之于民、用之于民。

扩大消费还应当实行出口进口双鼓励。各国经验证明,扩大进口消费会对宏观经济有许多贡献:不仅带来有效供给,满足有效需求,带动经济增长和就业,还可增加进口环节税收,扩大公共财富积累,提高生产能力。美国、欧洲、日本过去30年消费品的进口对国内消费水平确实发挥了巨大的拉动作用。

此外,消费能力的增长取决于市场。政府对中国消费能力的提升有重大作用。第一是有所作为,比如制订消费规则,维护消费秩序,建立社会保障体系和经济预警机制,限制垄断消费,鼓励民间消费等;第二是不干预合理消费。

## 今日看板

## 消费能力迅速提高需要催化剂

近几年我国居民消费能力的提高,主要得益于以下四方面:

一是工资收入增长。经济理论表明,不管是从长期还是短期来看,收入提高是消费增长最为关键的决定因素。过去几年,城乡收入的快速增长,已逐渐使居民消费推向上升阶段,这一趋势仍将继续。

据国家统计局统计,2001-2006年全国城镇居民年人均可支配收入年均增长9.8%,居民人均纯收入年均增长5.6%,城乡居民人均储蓄存款年均增长16.6%。

城镇居民收入在快速增长的同时,收入构成也发生了变化。2006年作为城镇居民收入主体的工资性收入占全部收入的比重为68.9%,比2002年降低了1.3个百分点;转移性收入比重为22.8%,比2002年下降了1.7个百分点;经营、财产性收入比重有所上升,成为城镇居民收入增长的亮点,经营净收入比重为6.4%,财产性收入比重为1.9%,分别比2002年增长了2.3和0.9个百分点。

在农村家庭收入来源中,占总收入约四分之一的工资收入,远远超过了出售农产品等传统收入来源。工业持续快速增长刺激了劳动力需求扩大,并带动工资增长,从而进一步推动农村收入和消费。另外,受政策影响,公务员的工资上调也推动了收入增长。

二是积极的财富效应。如果其他条件不变,人们在预计资产增值的情况下将扩大消费。上世纪90年代后期的城市住房私有化,为世纪之交以来的房地产和汽车需求旺盛打下基础。新确立的私人住房产权和不断上扬的房地产价格,从一定程度上减轻了高昂的医疗、教育开支对消费的负面影响。

在连续5年下跌后,受政府系列改革举措以及宏观经济表现强劲的带动,中国内地股市从2007年初至今出现大涨。作为宏观经济晴雨表的证券市场所表现出的财富效应,更是促进消费的排头兵。上证指数从2007年1月4日的2715点,到10月15日的最高6039点,上涨幅度已经超过100%。本轮牛市行情,从千点启动,到现在所积累的财富效应有力地支撑了旺盛的消费,支撑了消费能力的坚挺。

应该说,始于2006年下半年的股市牛市,给大多数股民增加了财富效应,其对消费的刺激作用比历史上的任何一次都要明显,因为无论是家庭持股的数量还是流通股所占GDP比重,都达到了历史最高水平。股市的大幅回升,有力地推动了消费需求的扩大,尤其有助于高收入群体的消费。

三是消费者信贷更为便捷。消费者信贷以及低成本的贷款,使居民有能力购买住房、汽车等大宗商品。消费信贷从2000年开始出现迅猛发展。另外,1997年以来,银行卡的发行量高达9.6亿张,以银行卡交易的消费也日渐增长。由于银行逐渐将业务重心从企业借款转向零售,未来几年消费金融服务将持续快速增长。

四是国内内需政策对消费扩大提供了有力支持。政府部门一直强调消费增长的重要性,过去几年采取了一些有力的政策措施,这些措施开始为个人消费提供积极的支持,尤其是对农村地区而言。在过去两年中,政府几次大力削减农业税,极大地减轻了农村家庭的税负。另外,政府增加在农村医疗、教育方面的支出,也有助于将更多的资源引向农村。

同时,政府还减轻了工薪阶层的所得税负担,以及大幅提高公务员工资、退休人员养老金及最低社保,这也对消费需求增长提供了有力支持。

促进消费能力提升的另一个因素是人民币的升值,升值提升了消费者的购买力。人民币升值和灵活性的增强,还有助于减轻内需增长所造成的潜在通胀压力。