

【区域高质量发展】

我国居民消费的现实困境与提升策略

傅娟

摘要:在国内经济增长新旧动能转换和构建国内国际“双循环”新发展格局的关键时期,消费俨然成为拉动国内经济增长的第一大引擎。随着国内疫情防控取得明显成效,我国消费虽整体持续稳步向好,但在地域分布、消费模式、消费领域等方面却呈明显分化态势。面对居民消费能力不足、消费意愿下降和消费便利度低下的三大现实困境,应继续增强居民消费意愿,积极引导新型消费发展,促进消费结构优化升级,大力拓展城乡消费渠道,以增强居民消费对经济增长的拉动作用。

关键词:居民消费;经济增长;“双循环”

中图分类号:F061.5 文献标识码:A 文章编号:2095-5766(2021)04-0107-09 收稿日期:2021-05-09

作者简介:傅娟,女,国家信息中心大数据发展部助理研究员(北京 100045)。

一、问题提出与文献综述

当前,国际国内形势发生深刻复杂变化,世界经济增长乏力,全球治理矛盾日益凸显。从国际外部环境来看,近年来,西方主要国家民粹主义盛行,贸易保护主义抬头,经济全球化遭遇逆流。新冠肺炎疫情影响广泛深远,逆全球化趋势更加明显,全球产业链、供应链面临重大冲击,风险加大,外部环境变化带来新矛盾新挑战,导致我国外需增长面临较大的不确定性。从国内环境来看,自改革开放以来,经济转型以及扩大开放所带来的投资及出口的持续增长,保证了我国经济的快速发展。然而,在投资和出口对经济增长的贡献日益扩大的同时,消费作为传统的拉动经济增长的“三驾马车”之一,其对经济增长的作用远不及另外二者,我国经济增长动力结构逐渐从外贸和投资主导转向内需和消费主导。党的十九届五中全会提出,要加快构建以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局。2020年5月,习

近平总书记主持召开中央政治局常委会时首次指出,要深化供给侧结构性改革,充分发挥中国超大规模市场优势和内需潜力,构建国内国际双循环相互促进的新发展格局。2020年12月底,中央经济工作会议又强调“要扭住供给侧结构性改革,同时注重需求侧管理,打通堵点,补齐短板,贯通生产、分配、流通、消费各环节,形成需求牵引供给、供给创造需求的更高水平动态平衡,提升国民经济体系整体效能”。这些是对“十四五”和未来更长时期我国经济发展战略、路径作出的重大调整,也是着眼于我国长远发展和长治久安作出的重大战略部署,成为我国实现经济高质量发展的必然选择。改革开放以来,我国顺应经济全球化发展态势,实施出口导向型发展战略,不但经济发展取得重大成就,而且在面对亚洲金融危机和国际金融危机两次大冲击,实施扩大内需战略,有效应对外部风险,推动了经济发展向国内需求主导转变。在这样的外部环境和内部基础上,我国必须顺势而为调整经济发展路径,发挥超大规模经济体的优势,进一步畅通国内大循环,在提供巨大国

内市场和供给能力的同时,支撑并带动国际循环,提升经济发展的自主性、可持续性,增强韧性,保持经济平稳健康发展。

居民消费问题长期以来一直是学术界普遍关注的话题,学术界对其研究也取得丰硕的成果,主要体现在两方面:一是居民消费对经济增长的拉动作用;二是关于影响居民消费的因素以及如何提升居民消费的策略研究。关于居民消费对经济增长的作用,学者们从理论和实证层面均展开广泛而深入的研究。理论研究方面,现代经济学家们基本都将消费和投资、出口视为拉动经济增长的“三驾马车”,认为消费对经济增长的拉动作用与居民消费率呈正相关,在国内经济增长动能转换和构建“双循环”新发展格局的关键期,消费更是拉动国内经济增长的第一大引擎。大量实证研究表明,消费是影响经济增长的重要变量,如刘东皇等(2010)和王子林(2017)借助计量模型进行实证检验,结果均显示居民消费对经济增长具有显著的拉动作用,进而提出“消费拉动型增长模式是中国经济可持续增长的有效途径与必然选择”的观点。李暉和唐志鹏(2018)利用实证分析方法研究表明,我国消费对经济的拉动作用低于发达国家和其他金砖国家,同时指出扩大居民消费对带动我国经济发展有很大上升空间。

关于影响居民消费的因素,学者们也基本形成共识,认为收入是居民消费的决定性因素,进而分别从初次分配、再分配及生产资料所有制等视角探寻提高居民收入继而进一步提升居民消费水平的政策举措。理论上,无论是绝对收入假说和相对收入假说,还是持久收入假说,抑或是生命周期假说,无不充分说明收入与消费之间的密切关系,收入是影响消费的决定性因素,同时,社会保障水平也是影响消费的重要因素。关于如何提升居民消费水平,学者们主要从提升消费能力、增加消费意愿和丰富消费模式等方面展开研究,具体的政策举措主要体现在“健全收入分配制度,完善社会保障体系”“深化体制改革,加快制度创新步伐”“完善消费环境,拓展新型消费领域”等方面。此外,还有学者根据中国城镇居民和农村居民的消费支出比例变动特征,进一步考察居民的消费结构升级状况。

综上所述,已有研究中利用消费的即时数据来

对我国消费总体特征展开研究的并不多,主要是运用传统的统计数据来分析。本研究通过对人口流动数据、工商企业注册数据、全国信用信息共享平台数据3000余万条即时数据展开大数据分析,发现疫情后我国消费虽整体持续稳步向好,但在地域分布、消费模式、消费领域等方面却明显呈分化态势。因此,急需突破居民消费能力不足、消费意愿下降和消费便利度低下的三大困境,进一步增强消费对经济增长的驱动作用。

二、我国消费市场的发展空间和潜力

改革开放以来,我国一度出现过净出口不断上升的趋势,但净出口占GDP的比重于2007年达到7.50%的峰值后,总体趋势不断下降,2019年降为2.94%。出口占GDP比重的峰值于2016年达到35.36%,2019年降为17.39%。由此看出,我国经济的外贸依存度显著下降,表明内需的作用正在逐渐增大。构建新发展格局的必然要求是扩大内需,扩大内需包括消费需求和投资需求。投资需求是中间需求,不能脱离消费需求而实现自我循环,因此,扩大内需从根本上来讲就是要扩大消费。衡量消费水平有很多指标,例如CPI,但CPI是用来反映价格水平的。在一般讨论中对于“国内消费水平低、美国等西方国家消费水平高”的直观印象指的是消费的总量或人均消费水平,而非价格因素,因此,我们以最终消费率^①和居民消费率^②来衡量消费水平。近年来,我国消费对经济增长的贡献持续增大(图1)。2011—2019年,我国的最终消费率平均为

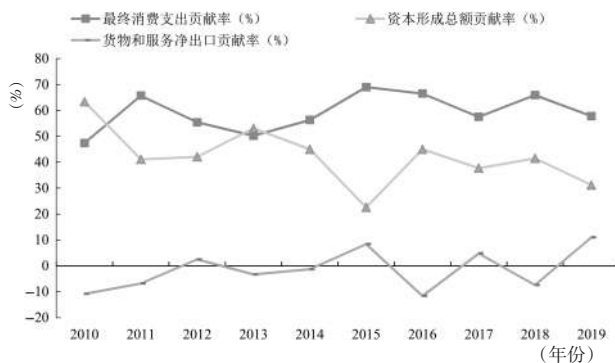


图1 三大需求对国内生产总值增长的贡献率
数据来源:《中国统计年鉴(2020)》。

53.4%,2020年尽管受到新冠肺炎疫情的冲击,按支出法计算的我国国内生产总值达到101.6万亿元,

最终消费支出为55.2万亿元,最终消费率为54.3%,高于资本形成总额11.2个百分点,为近年来的最高水平,最终消费支出对GDP增长的贡献率^③为54.4%,连续7年成为推动我国经济增长的首要动力,最终消费支出对经济增长的平均贡献率,2010—2019年为60%左右,如果和发达经济体70%、80%的水平相比,还有较大的提升空间。目前我国居民消费水平与国际仍有较大差距,我国最终消费率低于高收入国家10—20个百分点,低于低收入国家15—22个百分点,我国最终消费率偏离了世界经济发展的一般趋势和标准结构,反映出我国内需不足,消费增长缓慢已经达到相当严重的程度。在2019年的最终消费支出中,居民消费支出为38.6万亿元,居民消费率仅为38.8%,不仅远低于美国(67.9%)、英国(64.9%)、德国(52.3%)、日本(55.2%)、中国香港(68.4%)等世界主要发达国家和地区,也远低于印度(60.2%)和巴西(64.9%)等发展中大国,甚至不及孟加拉国(69.0%)、柬埔寨(69.4%)以及马来西亚(59.8%)等小国^④。由此看来,我国居民消费仍然有较大提升空间。

三、后疫情时代我国国内居民消费的发展态势

后疫情时代,尤其是进入2021年,我国国内居民消费发展态势总体向好,社会消费品零售额实现快速上涨,2021年一季度涨幅明显,居民消费信心不断修复,已接近疫前水平,消费领域小微企业活力逐渐恢复至疫前水平。

1. 社会消费品零售额实现快速上涨,2021年一季度涨幅明显

进入2021年,我国虽然出现一些局部疫情,但疫情防控形势总体较好,经济社会继续稳步恢复发展,消费恢复有利条件明显增多,我国消费总体处在恢复向暖通道之中。一是自2020年8月社会消费品零售额当月同比增速开始由负转正。2021年1—3月,社会消费品零售总额约达10.52万亿元,同比增长33.9%(图2),两年平均增长4.2%,2020年一季度社会消费品零售总额同比下降19.0%。尤其3月份,复苏态势进一步增强。3月份社会消费品零售总额同比增长34.2%,增速比1—2月份加快0.4个百分点;两年平均增长6.3%,比1—2月份加快3.1个百分点。商品消费较快增长,既彰显出我国

经济发展的强大韧性,又反映出巨大的消费潜力。二是社会消费品零售额增长强势恢复,国家统计局数据显示,2021年4月份我国社会消费品零售总额同比增长17.7%,较2019年4月份则增长8.8%,两年复合增速4.3%。“五一”长假期间,我国消费市场恢复火爆行情,全国国内旅游收入同比增长138.1%,实物商品网络零售额同比增长36.3%,重点零售企业日均销售额比清明假期增长32.1%,但我们应注意到,虽然消费实现快速增长,但是仍低于疫情前水平。三是从当前同比增速来看,消费恢复弱于工业,略好于投资。

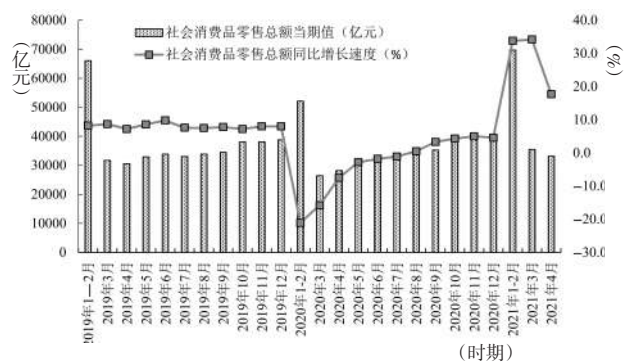


图2 社会消费品零售总额及同比增速

数据来源:Wind数据库。

2. 居民消费信心不断修复,已接近疫前水平

随着国内疫情防控机制不断完善,消费环境明显改善,居民消费信心和消费满意度都呈现出回升态势。自2020年8月始,国内消费者信心指数、消费者满意指数、消费者预期指数^⑤均开始回升,2021年2月已全面超过2019年最高水平(图3)。预计随着新冠疫苗的大范围接种,扩大内需政策的进一步发力,就业形势的逐步改善,居民消费信心会不断得以修复,2021年或将成为消费水平快速恢复的消费大年。

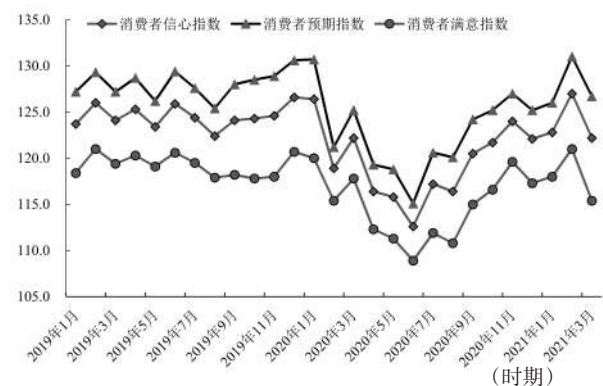


图3 2019年以来消费者信心指数

数据来源:Wind数据库。

3.消费领域小微企业活力逐渐恢复至疫前水平

小微企业是经济发展的生力军,也是吸纳就业的主渠道。近年来,我国推出了一系列为企业纾困解难的税费优惠政策,对帮助小微企业渡过难关、促进经济恢复增长发挥了重要作用。消费领域小微企业的新注册和注销数据表明,消费领域小微企业的活力正在逐渐恢复。一是从居民主要消费行业的新注册情况来看,批发和零售业新注册个体工商户自2020年2季度始一直保持同比正增长,尤其是2020年4季度和2021年1季度的同比增速分别高达30%、35.37%;住宿餐饮、批发零售、文化体育和娱乐业等消费行业的新注册小微企业自2020年2季度以来均保持同比增长,3个季度平均同比增速分别为28.78%、28.05%、27.23%,2021年1季度,住宿餐饮和文体娱乐行业新注册企业的同比增长分别高达75.35%、67.25%。二是从居民主要消费行业的注销情况来看,2020年经营批发零售、文化体育和娱乐及住宿餐饮等消费行业的小微企业注销总量低于2019年。综合新增与注销情况,可见主要消费行业的企业经营活力已逐渐恢复至疫前水平,并呈向好的发展趋势。生活服务业是中小微企业及个体工商户较为集中的行业。基于美团线上生活服务业(包括餐饮、休闲娱乐、住宿、旅游等)消费数据,通过对比疫情前后的消费规模变化,构造了生活服务业复苏率[®]指标。结果显示,全国生活服务业消费水平于2020年7月已回升到疫情前状态,进入2021年消费复苏率进一步抬升,3月已接近150%,生活服务业领域1季度经营活力是疫情前的1.5倍。

四、从地域看我国国内居民消费的表现特征

从地域层面,北方消费恢复弱于南方,一线城市消费回暖较好。手机信令(signaling)数据应用于城市间的消费现状对比,最显著的特点是能测度不同地区之间人口的联系流向、联系流量;通过手机信令数据识别居民在区域内各个城市之间或者各商圈的出行轨迹、出行频率,以人员流动方向和数量表征城市或者不同商圈的出行情况,能反映地域、城市之间或者商圈之间人口消费的真实情况,并且这一数据具有及时性、真实性等优点。

1.南方地区消费韧度高于北方

2020年2月以来,南方和北方地区城市商圈人

流量增速均呈平稳上升态势,2020年12月达到峰值,随后出现明显回落。相比较而言,一是自2020年5月始,南方城市商圈日均人流量增速持续大于北方城市;二是2021年1—3月,南北分化态势明显,其中,2021年1月南方城市商圈日均人流量增速为25.6%,而北方城市商圈日均人流量增速为-8.5%(图4)。由此可见,南方城市经济活力较强,消费韧度更高,整体消费复苏情况明显优于北方。

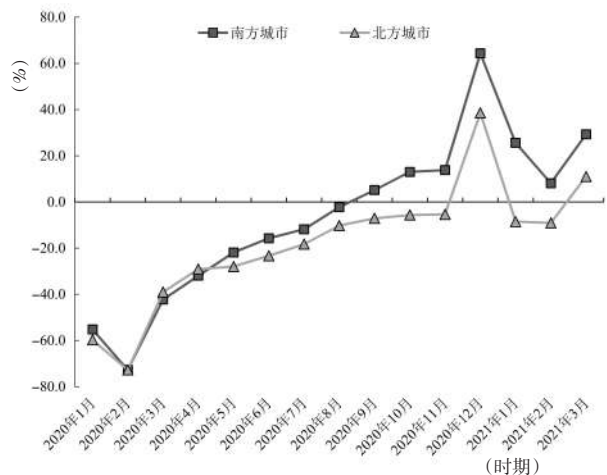


图4 不同区域城市商圈日均人流量增速

数据来源:作者根据每日互动股份有限公司(个推)提供的数据计算而得。

2.一线城市消费回暖好于二三四线城市

选取一二三四线城市代表性商圈作为观测样本,通过对比其人流量变化,以反映不同级别城市线下消费回暖情况。疫情之前,二三四线城市的消费在升级,但一线城市消费乏力;疫情之后,一线城市人均消费还在增长,二三四线城市的人均消费在快速下跌。数据显示,一线城市商圈日均人流量同比增速自2020年5月开始由负转正,明显高于二三四线城市(图5)。截至2021年3月,一线城市商圈日均人流量较2019年同期增长高达171.4%,二线城市增长26.7%,三四线城市增长20.2%。由此可见,一线城市消费回暖增速远高于二三四线城市,消费复苏弹性更强,表明目前制约消费反弹回暖的重要因素就是收入差距扩大,低收入群体的消费复苏程度远低于高收入群体。另一证据是京东物流数据显示,疫情期间,不少人收货地址从一线城市转移至三四线城市,其中超过50%为低收入的农民工群体。疫情导致就业机会减少,低收入群体就业受冲击明显。餐饮、酒店、家政、维修、影院等高接触性服务业受影响最大,不少企业倒闭、停业,而这

恰恰是低收入群体,特别是进城务工人员集中的就业岗位。疫情之后,他们可能会继续留在农村,相较于一线城市,这部分人的收入不可避免地降低,严重影响消费的反弹与回暖。

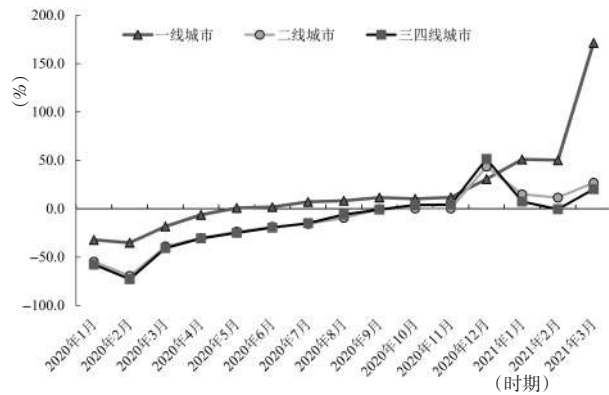


图5 不同等级城市商圈日均人流量增速

数据来源:作者根据每日互动股份有限公司(个推)提供的数据测算而得。

五、从消费类型看我国居民消费的特征

从产品消费类型看,我国居民线上消费好于线下,非接触类消费与服务好于接触类消费。

1. 线上消费急速扩张,线下消费复苏缓慢

新一轮科技革命和产业变革孕育带动数字技术强势崛起,引领线上经济蓬勃发展和新型线上服务消费兴起。由于疫情影响,线下消费经历寒冬,在此期间,“非接触经济”成为疫情期间新的消费增长点,以“宅经济”为主的线上消费需求急速扩张。数据显示,2021年4月实物商品网上零售额较2019年同期增长25.1%,但整体商品零售额较2019年同期仅上涨了9.0%;但进入3月份以来,实物商品网上零售额较2019年同期增长99.1%,整体商品零售额较2019年同期仅上涨了12.9%(图6),表明当前线上消费已实现快速增长,但线下消费复苏仍然较为缓慢。此外,龙头电商平台持续向农村市场等下沉,“全国消费促进月”等促消费活动加快开展,进一步激发消费市场活力、释放消费潜力、巩固消费回升向好势头。

2. 非接触生活服务类消费高速增长,与出行强相关类消费仍显低迷

新冠肺炎疫情催生出大量消费新业态新模式,线上线下不断融合,因抗疫需要非接触型经济,如在线教育、共享平台、协同办公、跨境电商、远程医

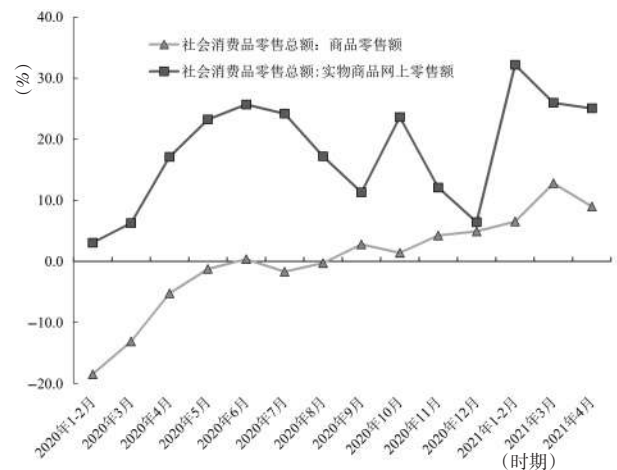


图6 商品零售额及实物商品网上当期零售额同比增速
数据来源:wind数据库,以2019年为基期。

疗等得到广泛应用,在后疫情时代经济和消费恢复中发挥了重要作用。疫情期间,在线餐饮、在线教育、在线医疗等非接触生活服务类消费高速增长,旅游、文娱和家装等与出行强相关的领域消费降幅虽有收窄,但仍显低迷。基于对线上消费数据分析显示,2021年3月,在线教育网上零售额与2019年同期相比增速高达111.8%;在线医疗的患者咨询数同比增长率高达97.7%,而与2019年同期相比,在线旅游和在线文娱等领域消费下降明显,回暖速度较慢(图7)。由于疫情的严重冲击,家装店铺数在经历了2020年1—3月短暂的增长以后迅速下降,且下降幅度持续扩大,2021年3月同比下降达81.6%。

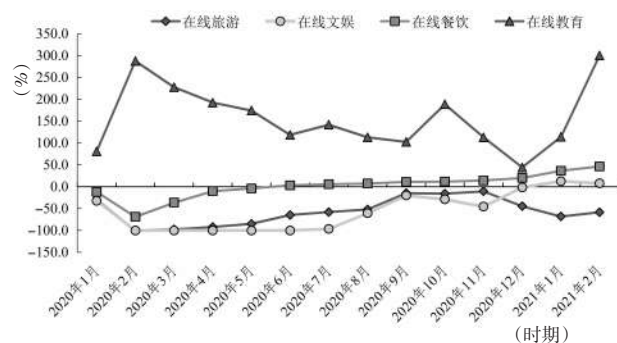


图7 各类消费网上零售额同比增速
注:以2019年为基期。

随着2021年疫情稳定,经济快速复苏,居民消费信心逐渐提升,汽车消费需求逐渐释放。据中国汽车工业协会最新数据显示,商用车消费复苏程度整体快于乘用车,2021年1—3月商用车销量较2019年同期增长26.9%,乘用车销量下降3.6%。

六、现阶段居民消费面临的三大困境

居民消费面临“不愿消费、不敢消费和不便消费”三大困境。

困境一：民众消费观念转变，消费意愿下降。在消费者行为学中，消费意愿是指消费者个体发生消费行为的主观概率或可能性。受疫情影响，居民的安全意识和预防动机增强，居民们更愿意选择储蓄以“防患于未然”，消费观念的转变使得消费行为更加理性，消费意愿下降。一是居民预防性动机增强，储蓄意愿上升。中国人民银行的季度调查数据显示，2020年第一季度以来，城镇储户选择“更多储蓄”的比例分别为53%、52.9%、50.4%、51.4%和49.1%，较2019年同期大幅提高，而城镇储户选择“更多消费”的比例明显低于2019年同期水平，且反弹速度较慢(图8)。2020年上半年有超过一半的家庭选择了减少消费、增加储蓄，仅9.4%的家庭减少储蓄增加消费。据某金融机构测算，2020年上半年居民储蓄率比过去十年的平均水平超出10个到12个百分点。受此影响，金融机构新增存款快速增加，受此影响金融机构新增存款快速增加，2021年一季度人民币存款增加8.35万亿元，同比多增2844亿元。二是消费观念变化，更理性、更注重性价比。疫情期间各行各业经营普遍承压，涌现出一批“精研型消费者”，这类消费者在消费决策中变得更为理性，除品牌之外，还会从品质、渠道、价格、售后等多个维度展开深入探索，更加理性地选择高性价比、实用的商品，品牌溢价开始被淡化。艾媒咨询

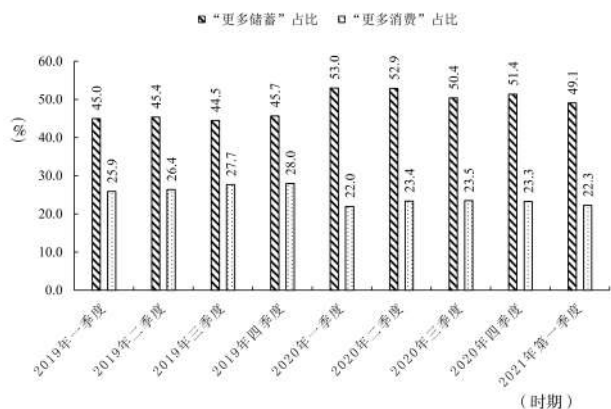


图8 城镇储户储蓄意愿、消费意愿占比

数据来源：中国人民银行《2021年第一季度城镇储户问卷调查报告》。

数据显示，2021年1季度，68.7%的消费者在购买奢侈品的时候会综合考虑价格和喜好度因素。

困境二：收入信心指数低下，消费能力不足。受实际收入增速放缓、房价高企等的影响，居民收入信心指数低下，民众消费能力不足。一方面，居民预期收入下降抑制消费意愿。国家统计局数据显示，2021年1季度全国城镇调查失业率平均为5.4%，同比下降0.4个百分点，低于5.5%左右的预期目标，但与2019年一季度相比，上升0.2个百分点，疫情造成了低迷市场就业环境，国家统计局数据显示，2020年全国城镇新增就业1186万人，高于预期目标，年末调查失业率也只有5.2%，与上年同期持平，但疫情时期调查失业率统计数据或存在一定程度偏差，实际失业、隐形失业人数应大于统计数据。加之疫情期间不断有企业倒闭、歇业、裁员或者减薪等各类情况，表面上工作岗位仍在但实际收入减少的现象也不容小觑，影响民众对收入的预期和信心。2020年全国居民人均可支配收入实际增长放缓到2.1%，同比减少3.7个百分点。中国人民银行城镇储户问卷调查数据显示，2021年1季度居民未来收入信心指数仍然低于2019年同期水平(图9)。另一方面，学区房高温不下，变相炒房挤出消费进一步加剧。近十几年来，伴随着我国房价的不断上涨，城镇居民居住支出消费占比呈现上升趋势，反映了城镇化快速发展进程中居民的住房消费占比持续提高，刚性的居住生活成本攀升。2019年，我国城镇居民家庭的平均债务收入比为1.02，略高于美国0.93的水平。其中，有负债家庭的债务收入比的均值和中位数均为1.6。消费支出占可支配收入的比例逐步降低。其中，对消费影响最大的还是房价上涨过多，导致家庭部门债务负担过重，

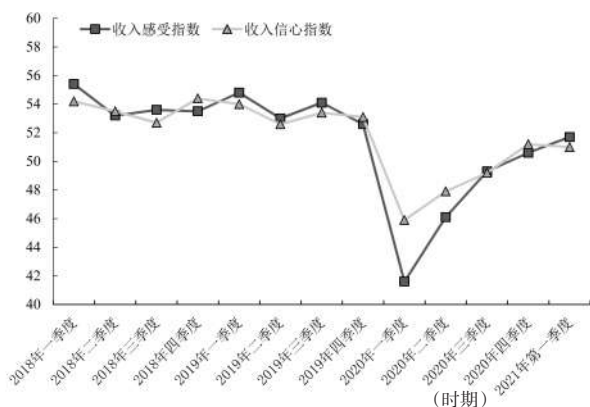


图9 2018—2020年居民收入感受与收入信心指数

数据来源：中国人民银行调查统计司。

大大抑制了消费。例如,2010年我国城镇居民住房消费占全部消费支出的比例为10.7%,2020年这一数据上升为24.2%。2021年初以来,北京、上海、广州、深圳等多地对违规挪用经营贷炒房的行为展开了“围堵”,查处房屋交易中介机构涉嫌炒作“学区房”概念、借机哄抬房价、代理未经房主书面授权委托房源等违规行为。但也有专家表示,单纯地严查“学区房”炒作恐怕只会引起表面降温,实际成交依旧火热,房价增长对消费挤出效应已远高于创造的财富价值。据国家统计局3月70个城市住宅销售价格变动数据显示,新房方面,62个城市环比上涨,较上月增加6个。二手房方面,58个城市环比上涨,比上月增加3个。

困境三:疫情防控常态化,消费便利度低下。目前,国内疫情基本实现动态清零,但个别地区零星病例时有发生,部分防疫措施不可避免地趋向常态化,而许多生活性服务业涉及面对面服务,无法向线上转移。

一方面,聚集性、群体性活动受限导致餐饮、演出等接触性消费低迷。2021年年初,北京顺义区要求停办线下聚集性商业活动,禁止集体性聚餐、年会等活动,暂停开放影剧院、游泳馆等人员聚集场所,直接导致演出、餐饮、食品等行业陷入淡季。《中国经济时报》报道称,受疫情影响较严重的餐饮行业反弹很快,1—3月份餐饮收入同比增长75.8%,但是消费额仍然低于2019年,近两年平均增速为-1%,说明餐饮消费还是受到局部地区的聚集性和散发性疫情影响,消费潜力尚未完全释放。

另一方面,跨区域出行受限导致交通运输、旅游酒店消费疲软。受新冠肺炎疫情疫情影响,区域间人员流动被大大限制,再加上多地绿码不互认、不通用,各级政府隔离政策层层加码等因素,导致交通运输、旅游酒店等消费疲软。根据飞常准APP提供的数据显示,2020年2月以来北京首都机场航班数量锐减,2020年首都机场航班数同比下降了56%,航空业务受到重创。“就地过年”政策对消费的影响也较为显著,因返乡人数大幅下降,经济欠发达和人口净流出地区的春节消费明显被削弱。交通运输部数据显示,2021年1—2月,全国营业性客运量比2019年同期下降58.7%。此外,2020年至今,旅游消费较2019年同期持续下降。

七、增强消费拉动作用的策略

增强消费拉动作用,就要继续增强居民消费意愿,积极引导新型消费发展,促进消费结构优化升级,大力拓展城乡消费渠道。

1. 继续增强居民消费意愿

一是加强统筹协调和政策联动。在做好“六稳”、落实“六保”的基础上,紧紧围绕保障就业和民生加大宏观政策实施力度,千方百计稳住市场主体、蓄积微观经济活力。通过国资投资、并购民企和国有企业混合所有制改革等方式,增强市场主体抵御风险能力;通过政府采购、“以工代赈”等方式带动社会投资,有序提高居民收入水平。同时,应继续加大各项纾困政策的精准性、时效性和落实力度,出台相关配套措施,从成本、物流、产业链等多方面实施帮扶,不断优化营商环境,从而提高政策的有效性,增强各项政策落地转化效率,实现救助合力,最大程度地缓解企业经营发展的困难,为扩大消费和促进消费释放回补奠定坚实基础。

二是稳定消费预期和信心。受传统观念的影响,国内消费者倾向于增加储蓄减少消费来增强抵御风险的能力。新冠肺炎疫情暴发后,国人的储蓄习惯一定程度上支撑了封国、封城措施的实施,避免了印度封国措施半途而废的尴尬。实践证明了中国人的储蓄习惯在应对风险时的有效性,试图改变国人的储蓄习惯,不现实且无必要。在风险预期一定的情况下,如要降低居民储蓄增加居民消费,唯有继续完善社会保障体系,增强居民抵御风险能力,从而影响居民消费、储蓄比例。应进一步完善各项社会保险制度,健全重特大疾病保障制度,完善失业、工伤和生育保险制度,完善医疗保险关系转移接续办法,使更多人民群众更好地享有社会保障。应推动社会保障制度更加公平发展,整合城乡居民养老、医疗和最低生活保障制度,推动城镇职工基础养老金全国统筹,增强基金统筹调剂功能。应建立健全促进社会保障制度可持续发展的机制,制定和完善社会保障待遇确定机制和正常调整机制,适时适当降低社会保险费率。应加强社会保险基金投资管理和监督,推进基金市场化、多元化投资运营,健全社会保障管理体制和经办服务体系,为可持续发展提供基本支撑和保障。具体到应对疫情,

应确保前期为应对疫情影响的收入保障政策、消费政策的延续性,通过社会救济、生活补助金等多种方式加大基本民生保障,稳定消费者和市场主体预期。

三是深化收入分配体制改革,关键是要把更多中低收入者转化为中等收入群体。利用税收和转移支付等机制调节财富在社会中的二次分配,改善劳动者收入,不断健全灵活就业者保护制度,增强居民消费意愿和能力。

2. 积极引导新型消费发展

一是打造消费新模式新业态。加快“线上+线下”新型消费模式的发展步伐,鼓励在线教育、互联网健康医疗、餐饮外卖等新型服务消费加快向线上转移,大力发展“电商直播”,支持传统线下百货零售和电商平台、支付平台、数字技术企业加快合作与融合。

二是培育新型消费示范点。充分发掘国务院《关于以新业态新模式引领新型消费加快发展的意见》政策功能,鼓励有条件的地区和城市培育形成一批新型消费示范城市和领先企业。依托有区位优势、资源整合有优势的区域性中心城市,建成几个新型消费的区域消费中心,辐射带动周围城市建成功能完备、服务完善、各具特色的梯队城市。通过完善的体系、优良的服务,提升新兴消费产品与服务的品质,努力营造便捷、安全的消费新环境,从而提高新消费模式对各年龄层、不同收入水平消费者的宣传普及性、体验友好性和使用便利性。

三是提高国内市场的高端消费能力。经过疫情,人们更注重健康消费和生活品质提升,消费升级仍是长期趋势。因为疫情,更多的消费群体愿意“不出境、买全球”,事实上形成了高端消费回流。应抓住消费回流机遇,推动免税市场创新发展,提高国内市场对高端消费的承载力和吸引力。建议适度提高市内免税店免税额度,延长免税购物有效期,对免税商品实行负面清单管理,扩大免税商品范围。获得免税经营牌照的企业也需扎实练好“内功”,避免整个产业走向低水平发展。

3. 促进消费结构优化升级

改革开放以来,我国经济快速发展,经济总量跃居世界第二,居民收入大幅增长。然而,随着我国经济发展进入新常态,传统的靠投资和出口拉动经济发展的模式开始遭遇瓶颈,经济增长的模式由

粗放型增长转向效率型集约增长。在经济发展的新阶段,消费在经济增长中的作用越来越重要,并将成为拉动经济增长的主要动力。随着我国居民收入水平的不断提高,消费结构也不断发生变化。居民食品消费占个人消费总支出的比重明显下降。在经济结构转型的过程中,我国居民消费已经逐步从生存型消费转向发展型、享受型消费。因此,促进消费结构升级对现行经济发展至关重要。首先,应大力支持国产品牌发展,鼓励国产品牌加快数字服务能力建设,积极扶持精品国货,鼓励利用多种新消费渠道培育品牌、拓展市场。推动国产替代从“卡脖子”领域向全领域发展,鼓励居民选择“物美价廉”的精品国货,打通经济“内循环”。其次,应提高居民消费倾向,推动汽车和家电消费转型升级,鼓励各地出台促进老旧汽车置换政策,推进主要公共建筑配建停车场、路侧停车位设施升级改造等建设。支持开展家电以旧换新活动,完善废旧家电回收处理体系,推动家电更新消费。再次,应提升消费类服务的品质,积极发展住房租赁消费,满足居民住房需求,稳步推动影视娱乐、旅游恢复,提升国内服务供给质量。最后,应改善消费基础设施和消费环境,一方面可以使潜在消费变成现实消费,另一方面也可激发新消费需求的同时助力产业升级。尤其是要加强农村信息基础设施建设,畅通农村现代商贸流通渠道,优化农村消费环境,进一步促进农村消费升级。

4. 大力拓展城乡消费渠道

造成国内城乡居民消费偏低的主要原因除了源于居民们对未来的预期支出深感担忧和对未来的个人预期收入的增加缺乏足够的信心之外,还有一个重要的原因就是城乡居民的消费渠道比较单一。因此,为了有效提升国内居民消费水平,除需采取有力措施以提高城乡居民的收入水平,增强城乡居民的消费意愿,优化城乡居民消费结构外,还需大力拓展城乡居民的消费渠道。

一方面,城镇居民消费构成我国国内消费的主要来源,城镇居民消费能力在很大程度上影响着我国国内整体消费水平,因此,需围绕国家重大区域发展战略,结合城市群、都市圈重要发展规划,统筹布局建设若干国家消费中心、区域消费中心和地方特色消费中心,加快形成梯次发展、衔接互动、优势互补并覆盖全国大市场的消费地区格局。另一方

面,农村居民是多元化消费主体的重要组成部分,应着力构建和完善现代服务业体系,引导现代化服务向农村地区延伸,促进农村现代化服务消费健康发展,提升农村现代化服务水平,因此,需要重点打通农村消费的堵点,充分发挥我国村村通公路、村村通客车等农村交通运输基础设施快速发展的优势,充分利用我国传统快递物流业——中国邮政网点,利用互联网技术和电子信息化发展对其进行技术支持,加快完善农村电子商务和物流业基础配套设施建设的步伐,进而通过不断夯实电商、快递进农村的供给和交通基础,为健全县、乡、村三级电子商务服务体系和快递物流配送体系创造坚实的技术基础。

注释

①最终消费率=最终消费支出/GDP(按支出法)。②居民消费率=居民消费支出/GDP(按支出法)。③贡献率=最终消费支出增量/GDP增量(按支出法)。④数据来源:世界银行WDI数据库。⑤消费者信心指数,该指数通过对城市消费者进行问卷调查,由国家统计局中国经济景气监测中心负责调查统计,以1997年底为基期,动态反映消费者信心指数的变化。指数数值越高,表明消费者信心越强,由消费者满意指数和消费者预期指数构成。消费者满意指数是指消费者对当前经济生活的评价,消费者预期指数是指消费者对未来经济生活发生变化的预期。一般不对半年以下做预期。⑥生活服务业复苏率=2020年以来近7日日均消费订单数/2019年同期近7日日均消费订单数×100%。低于100%

表示未达到疫情前水平,高于100%表示超过疫情前水平。

参考文献

- [1]陈昆亭,周炎.有限需求、市场约束与经济增长[J].管理世界,2020(4).
- [2]任保平,苗新宇.新经济背景下扩大新消费需求的路径与政策取向[J].改革,2021(3).
- [3]刘东皇,孟范昆.中国经济增长的消费驱动力研究:1952—2009[J].中央财经大学学报,2012(7).
- [4]王子林.论推动中国经济增长向消费拉动型模式的转变[J].经济研究参考,2017(27).
- [5]李晖,唐志鹏.中国经济增长的内需动力因素分析——基于WIOD数据库的国际比较研究[J].现代经济探讨,2018(6).
- [6]公茂刚,王学真.山东农村居民消费对经济增长影响的门槛效应分析[J].东岳论丛,2013(12).
- [7]毛章勇,江剑平.所有制结构、劳动收入份额与居民消费率[J].湘潭大学学报(哲学社会科学版),2021(2).
- [8]任君,黄明理.“双循环”新发展格局研究述评[J].经济问题,2021(4).
- [9]方福前.中国居民消费潜力及增长点分析——基于2035年基本实现社会主义现代化的目标[J].经济学动态,2021(2).
- [10]任杲,宋迎昌.中国居民消费结构变迁研究——基于城镇居民与农村居民的统计数据[J].兰州学刊,2021(3).
- [11]张可云,肖金成,高国力,杨继瑞,张占仓,戴翔.双循环新发展格局与区域经济发展[J].区域经济评论,2021(1).
- [12]江林,马椿荣,康俊.我国与世界各国最终消费率的比较分析[J].消费经济,2009,25(1).

Realistic Dilemmas and Promotion Strategy of Chinese Resident Consumption

Fu Juan

Abstract: In the critical period of transforming the old and new kinetic energy of domestic economic growth and building a new domestic and international “dual cycle” development pattern, consumption has become the biggest one engine driving domestic economic growth. As the domestic epidemic prevention and control has achieved remarkable results, although my country’s consumption has continued to improve steadily as a whole, it has shown a clear divergence in terms of geographical distribution, consumption patterns, and consumption fields. Faced with the three practical difficulties of insufficient consumption capacity of residents, decline in consumption willingness and low consumption convenience, we should continue to increase residents’ willingness to consume, actively guide the development of new consumption, promote the optimization and upgrading of consumption structure, and vigorously expand urban and rural consumption channels to enhance residents’ consumption. The driving effect on economic growth.

Key Words: Resident Consumption; Economic Growth; Double Loop

(责任编辑:晓 力)