

DOI: 10.16515/j.cnki.32-1745/c.2018.02.010

增强消费对经济发展基础作用的思考

——以江苏省为例

李 慧

(江苏省社会科学院经济研究所, 江苏 南京 210004)

摘 要: 经济增长动力发生转变和消费对经济增长的贡献显著增加是经济高质量发展的重要特征。发挥消费对经济发展的基础性作用, 不断提高消费对经济增长的贡献, 是实现经济发展高质量、人民生活高质量的重要途径。分析江苏消费增长动力的现状及新的变化特征, 对消费需求发展中一些不平衡、不充分的表现加以解析, 并就如何增强消费的基础性作用提出政策建议。

关键词: 消费需求; 不平衡; 不充分; 高质量发展; 江苏

中图分类号: F063.2; F061.5

文献标识码: A

文章编号: 1673-131X(2018)02-0040-05

Reflections on the Basic Role of Increasing Consumption in Economic Development: A Case Study of Jiangsu

LI Hui

(Jiangsu Provincial Academy of Social Sciences, Nanjing 210004, China)

Abstract: The important features of high-quality economic development are the shift in economic growth momentum and the contribution of consumption to economic growth increased significantly. It is an important way to realize the high quality of economic development and the high quality of the people's life through giving full play to the fundamental role of consumption in economic development and continuously improving the contribution of consumption to economic growth. This paper analyzed the current status and new characteristics of the consumption growth dynamics in Jiangsu, made an analysis on some unbalanced and inadequate performance in consumer demand development, and put forward relevant policy recommendations on how to strengthen the fundamental role of consumption.

Key words: consumption demand; unbalanced; inadequate; high-quality development; Jiangsu

党的十九大报告指出, 中国特色社会主义进入新时代, 我国社会主要矛盾已经转化为人民日益增长的美好生活需要和不平衡不充分的发展之间的矛盾。“人民日益增长的美好生活需要”包含人民群众对更高层次消费产品的需要。随着收入水平的提高, 人们已经从对吃、穿等主要为了解决温饱问题的生存型消费转变为为了寻求更好、更高质量的发展

而产生的发展型消费以及为了提高劳动者生活水平、满足人们享乐需要的享受型消费。推动江苏经济高质量发展, 就是要发挥消费对经济发展的基础性作用, 不断提高消费对经济增长的贡献, 使消费成为经济发展的强劲动力, 同时不断满足人民群众日益增长的美好生活需要。

收稿日期: 2018-04-09

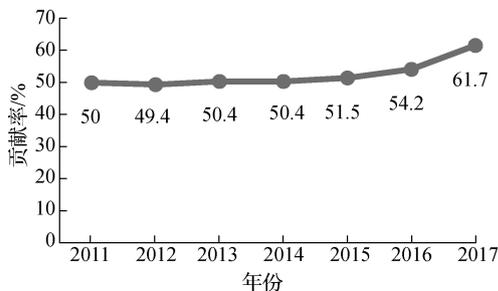
基金项目: 江苏省社会科学基金项目(17EYB015)

作者简介: 李慧(1980-), 女, 江苏徐州人, 助理研究员, 博士, 主要从事消费经济、区域经济运行研究。

一、江苏消费需求的基本情况及其特点

(一)消费成为经济增长第一动力

2011年以来,随着经济发展进入新常态,消费对江苏经济增长的贡献率稳步上升。2017年,最终消费对江苏经济增长的贡献率达到61.7%,比2011年提高11.7个百分点(图1),始终保持经济增长“三驾马车”中第一拉动力位置^[1]。



数据来源:历年江苏省政府工作报告。

图1 2011—2017年江苏消费对经济增长贡献情况

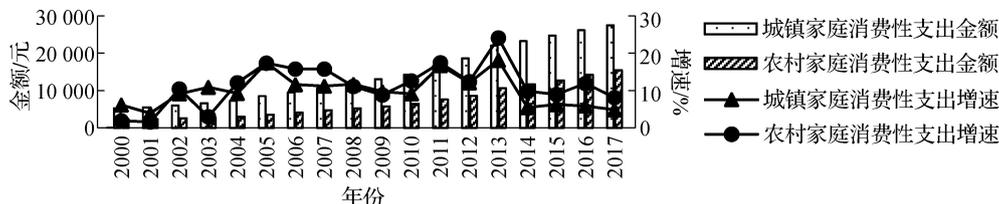


图2 2000—2017年江苏城镇、农村居民家庭人均消费性支出情况

合计为35%,比2000年提高11.3个百分点。此外,由于房地产市场快速发展,住房条件和住房环境不断改善,江苏居民用于住房装修等居住类消费支出占消费支出的比例也有明显提高。例如,2000年城镇居民居住消费支出比例仅占8.2%,2017年提高到24.4%;农村居民居住消费支出比例也由2000年的18.9%提高到2017年的21.7%。生活用品及服务方面,城镇居民生活用品及服务消费支出比例由2000年的10.7%下降为2017年的6.2%,农村居民生活用品及服务消费支出比例由2000年的4.9%提高到2017年的6.1%(表1、表2)。这可能是由于城镇居民收入和消费水平高于农村,对家电等耐用消费品的购买意愿下降,而随着收入水平的提升,农村居民消费结构中用于更新换代的耐用消费品支出越来越多。

(四)消费渠道更加多元化

除了到实体店消费以外,网络消费逐步成为江苏消费者消费的新途径。21世纪经济研究院联合京东发布的《2016中国电商消费行为报告》显示,

(二)居民消费支出持续增长

城乡居民消费性支出增长较为显著。2000年江苏城镇居民家庭人均消费性支出为5323元,2017年增加到27726元,年均增长10.2%;2000年江苏农村居民家庭人均消费性支出为2338元,2017年增加到15612元,年均增长11.8%(图2)。

(三)消费结构持续升级

随着消费水平不断提高,江苏居民消费开支从满足吃、穿等生存型消费,逐渐向注重健康、教育等发展型消费和注重娱乐等享受型消费转变。2000年,江苏城镇居民用于食品烟酒和衣着方面的支出比例之和为50.3%,2017年下降为34.1%;农村居民食品烟酒和衣着消费支出比例之和也由2000年的48.9%下降为2017年的34.6%。2017年,江苏城镇居民用于交通通信、教育文化娱乐和医疗保健等发展型和享受型消费支出的比例合计为32.4%,比2000年提高6.9个百分点;2017年,农村居民交通通信、教育文化娱乐和医疗保障三项消费支出比例

全国网购消费人数前五名的省(市)为广东、江苏、浙江、北京、山东,江苏人网购排名全国第二^[2]。同

表1 2000—2017年江苏城镇居民消费支出结构^①

年份	食品烟酒	衣着	居住	生活用品及服务	交通通信	教育文化娱乐	医疗保健	其他用品及服务
2000	41.1	9.2	8.2	10.7	7.4	12.6	5.5	5.2
2005	37.2	9.3	9.2	6.8	12.2	14.9	6.7	3.6
2010	36.5	10.2	8.6	7.2	13.5	14.9	5.6	3.6
2015	28.1	7.1	22.6	6.1	14.5	12.3	6.4	3.0
2017	27.5	6.6	24.4	6.2	14.3	12.4	5.7	2.9

数据来源:历年《江苏统计年鉴》、江苏省统计局网站。

^① 2013年以前消费支出包括食品、衣着、家庭设备用品及服务、医疗保健、交通和通讯、娱乐教育文化服务、居住、杂项商品和服务八大类。2014年国家统计局根据《居民消费支出分类(2013)》修改了居民消费支出分类标准,消费支出划分为食品烟酒、衣着、居住、生活用品及服务、交通通信、教育文化娱乐、医疗保健、其他用品及服务八大类。因此本文将2000—2010年消费支出中食品支出纳入食品烟酒支出,家庭设备用品及服务支出纳入生活用品及服务支出,杂项商品和服务支出纳入其他用品及服务,表2同。

表 2 2000—2017 年江苏农村居民消费支出结构

年份	食品烟酒	衣着	居住	生活用品及服务	交通通信	教育文化娱乐	医疗保健	其他用品和服务
2000	43.5	5.4	18.9	4.9	6.7	11.5	5.5	3.5
2005	44.0	5.4	14.4	4.7	10.2	13.4	5.6	2.4
2010	38.1	5.4	17.9	5.0	12.0	13.9	5.5	2.2
2015	31.7	6.0	20.6	5.9	14.6	10.3	8.5	2.6
2017	28.9	5.7	21.7	6.1	16.8	9.3	8.9	2.5

数据来源:历年《江苏统计年鉴》、江苏省统计局网站。

时,近几年江苏农村电商消费也在加快发展。互联网的普及和农村网民数量的攀升,进一步激发了江苏农村消费市场的潜力。2014年,支付宝发布的全国网购支付百强县主要集中在苏浙闽三省,其中江苏有26个县入选,位居第二。另京东发布的《2016中国农村电商消费趋势报告》显示,从农村电商用户分布来看,沿海地区下单人数居前,江苏、河北、浙江、山东、广东、四川、河南构成第一梯队,合计下单人数占比超过50%,其中仅江苏农村地区下单人数占比即超过9%,显示出江苏农村地区强大的网络支付和消费能力^[3]。

(五)消费主体日益年轻化

随着江苏人口结构的变化和城乡居民收入水平的提高,消费群体结构正在发生重大变化,日益壮大的中等收入群体和“80后”、“90后”及“00后”正在成为消费市场的主力军。根据中国银联、京东金融发布的《2017年消费升级大数据报告》,江苏“80后”的消费金额在全国各省(市)中排名第四,仅次于广东、北京和上海;江苏“90后”的消费金额在全国各省(市)中排名第三,仅次于广东和北京^[4]。

(六)新型消费不断涌现

随着消费渠道、模式和理念的不断变化、升级,绿色低碳消费、智能产品消费、体验消费、共享消费等新型消费在江苏不断涌现。2017年初,第一财经商业数据中心(CBNDATA)发布了2017中国年货大数据报告。报告显示,2017年年货节,阿里各平台空气净化器销量猛增,其中江苏购买量在全国排名第七^[5]。《2016中国智能电视用户最新分析报告》显示,智能电视受众的地域分布受人口、宽带、经济发达程度三个因素影响,智能电视用户主要集中在智能电视销售量较大的省市和互联网普及度较高的经济发达地区。从智能电视受众的分布情况来看,江苏排在全国第四位^[6]。

二、江苏消费需求发展不平衡不充分的表现

(一)消费需求与其他经济增长动力的不平衡

根据钱纳里的多国模型,在工业化初期,消费率的平均水平为85%;到工业化中期,消费率下降到80%;在工业化末期,消费率下降到77%。与钱纳里的多国模型相比,江苏的消费率明显低于模型中的标准值。目前,江苏正处于工业化后期,但是2016年消费率仅为51%,低于标准值^[7]。与其他省(市)相比,江苏消费率在全国位于第18位,低于全国平均水平(53.6%)2.6个百分点。消费率低意味着投资率高,这是增长动力不平衡的问题。

(二)城乡居民消费支出不平衡

随着城市化水平的提升,江苏城镇居民收入持续增加,随之带来的是城镇居民消费能力不断提升。但与此同时,农村居民消费能力并未表现出相同程度的提升,而是与城镇居民消费水平的差距在不断扩大。2000年,江苏农村居民消费占居民消费的比例为47.5%,城镇居民消费占居民消费的比例为52.5%,农村居民比城镇居民仅低5个百分点。而2016年,江苏城镇居民消费占居民消费的比例为78.5%,农村居民消费占居民消费的比例则下滑到21.5%,二者差距扩至57个百分点。

(三)区域间居民消费支出水平不平衡

江苏不同地区之间居民消费支出水平差距也比较明显。2010年,苏南、苏中、苏北城镇居民人均消费支出分别为17378元、12988元和10661元,苏南地区城镇居民人均消费支出比苏中高4390元,比苏北高6717元。2016年,三个地区的城镇居民人均消费支出分别为30444元、23311元和17163元,苏南比苏中高7133元,比苏北高13281元,地区之间的消费支出差距进一步拉大。

(四)不同群体间消费支出水平不平衡

2016年,江苏城镇居民人均消费支出前20%的高收入户与后20%的低收入户的消费差距达到38436元,最高收入户消费支出水平是最低收入户的3.9倍。农村居民人均消费支出前20%的高收入户与后20%的低收入户的消费差距也达到14485元,最高收入户消费支出水平是最低收入户的2.7倍(表3)。

表3 2016年江苏不同收入组常住居民家庭人均生活消费支出情况

项目	元					
	全省调查户 平均水平	低收入 户	中低收入 户	中等收 入户	中高收 入户	高收 入户
城镇居民	26 433	13 112	18 117	24 565	31 398	51 548
农村居民	14 428	8 330	11 287	14 410	17 117	22 815

数据来源:《江苏统计年鉴》。

(五)中高端消费需求产品供给不充分

中高端消费需求产品的供给不充分,抑制了居民的消费意愿,制约了消费升级。在消费品市场上,大量处于生命周期衰退期、技术含量低、附加值低的消费品供给过剩,同时假冒伪劣产品、不合格产品屡见不鲜。根据《江苏省工商局2017年网络交易商品质量抽检结果》,2017年5—10月,江苏省工商局组织对省内网络经营主体销售的成人服装、冲锋衣、防辐射服类商品进行质量抽检。经检测,200批次商品中有106个批次合格,合格率仅为53.0%。另据江苏省工商局对网络交易灯具类商品质量抽检结果发现,抽检的100批次灯具商品中,45个批次合格,总体合格率仅为45.0%。

市场上处于成长期、高技术含量、高附加值、符合居民消费结构升级需求的新产品、新供给较为缺乏,在很大程度上抑制了消费新需求的释放,同时也导致消费者对海外产品需求的快速增长。根据艾瑞咨询《2016年中国跨境网购用户研究报告》,江苏跨境网购用户量仅次于广东和上海,全国排名第三。调查显示,跨境网购消费者偏爱购买对安全和品质有较高要求的产品,这说明这部分消费者对国内产品的品质和安全没有信心^[8]。

三、增强消费基础性作用的政策建议

(一)更新发展理念,正确对待投资和消费的关系

长期以来我们的发展重视投资而轻视消费,一方面造成了目前一些产业产能过剩的局面,另一方面也使经济增长的物质依赖性提高,经济发展的投入成本、资源消耗和环境代价仍然很大。从发达国家的实践看,消费是拉动经济增长最稳定、最持久的动力,而一旦居民消费率比较低,就会导致整个经济增长的内生动力不足。党的十九大报告指出,我国经济已由高速增长阶段转向高质量发展阶段,正处在转变发展方式、优化经济结构、转换增长动

力的攻关期。推进高质量发展,不能再强调GDP优先,而应使经济增长从投资驱动为主转向消费驱动为主。与投资增长驱动的经济相比,消费增长驱动的经济较为稳定。一方面,可以通过扩大消费来满足人民日益增长的美好生活需要;另一方面,通过消费升级也可能推动制造业向高端化、智能化和服务化方面转变,以及服务业向现代化、专业化和精细化转变。

(二)缩小贫富差距,提高中低收入者的消费能力

一般来说,高收入者消费倾向低,低收入者消费倾向高但购买力差,因此贫富差距的扩大会使居民整体消费倾向下降,从而减少全社会的消费。因此,扩大消费需求必须要缩小贫富差距,提高中低收入者的收入水平。要进一步提升公共服务水平,增加政府在养老、教育、医疗方面的投入,解决中低收入者看病难、入学难等问题。要大力控制房价过快增长,减少居民收入在房地产领域中的过度支出。对于农村居民,一方面要加快推进城乡公共服务均等化,落实低保、养老、新农合等社会保障和救助措施;另一方面,要通过提高农业现代化经营水平、鼓励创业、加强农业技术培训等多种措施提高农民收入。

(三)创新消费供给,加大中高端消费供给力度

一是牢牢把握消费升级的趋势,创造新供给,不断适应和满足消费者的新需求。推动终端消费品制造业转型升级。引导低端产能退出,鼓励企业兼并重组,有序推进产业转移,发展先进制造业,加快传统优势产业改造升级,推动产业合作取得新成效,引导消费品工业向技术含量高、产品附加值高的中高端环节升级。二是促进文化产业发展。推动文化产品向高科技、创新型的方向发展,加快产品创意研发,支持社会资本参与文化消费项目配套建设。同时,针对文化消费不足的问题,要通过直接补贴消费者、奖励积分补贴、绩效奖励等多种形式,提升居民的文化消费能力。三是发展健康产业。建设国家级和省级健康产业园区,加快发展医疗服务业,推动医疗服务与健康旅游、康复护理、养老服务相结合,积极引进、培养健康产业管理、服务人才。四是推动养老产业、养老服务业发展。进一步降低社会力量举办养老机构的准入门槛,建立统一、开放的市场环境及公开、透明的政策环境,促进各类主体公平竞争、有序发展,最大限度激发市场活力。五是推动旅游产业创新发展。积极开发康

体、养生、运动、娱乐、观光等多样化、综合性旅游休闲产品,着力建设一批休闲街区、特色村镇、旅游度假区,打造一批便捷、舒适、健康的休闲载体与空间,更好地满足广大人民群众个性化和多样化的需求^[9]。

(四)改善消费环境,提升消费者权益保护水平

各级工商、消保部门应利用多种渠道积极宣传新修订的《消费者权益保护法》及相关法律法规,提高消费者的权益保护意识和维权能力,要积极引导消费者依法维权,加强“12315”消费维权热线电话、荔枝维权平台、智慧 315 平台的宣传力度。要加强知识产权保护,重点打击各类侵犯驰名商标权益的行为,深入查处“傍名牌”行为,加大对知名商品的保护力度,加强售后服务、质量追溯和质量诚信管理。针对互联网消费环境存在的问题,有关部门应加大对互联网消费市场的监管力度,推进线上监管与线下监管相结合,加强部门间综合监管和区域间联合监管;畅通消费诉求渠道,便捷维权程序,提高消费纠纷快速处理与和解效率,切实降低消费者维权成本^[10]。

参考文献:

- [1] 吴先满. 论江苏民生驱动战略[M]. 南京:江苏人民出版社,2016:102-103
- [2] 199IT 中文互联网数据资讯中心. 京东:2016 中国电商消费行为报告[EB/OL]. (2017-01-13)[2018-03-

20]. <http://www.199it.com/archives/557163.html>

- [3] 199IT 中文互联网数据资讯中心. 21 世纪经济研究院 & 京东:2016 农村电商消费趋势报告[EB/OL]. (2016-12-01)[2018-03-20]. <http://www.199it.com/archives/542340.html>
- [4] 199IT 中文互联网数据资讯中心. 中国银联 & 京东金融:2017 年消费升级大数据报告[EB/OL]. (2018-03-13)[2018-03-20]. <http://www.199it.com/archives/699399.html>
- [5] 199IT 中文互联网数据资讯中心. CBNDATA:2017 年中国年货大数据报告[EB/OL]. (2017-01-24)[2018-03-20]. <http://www.199it.com/archives/560550.html>
- [6] ZNDS 资讯网. 大数据:2016 中国智能电视用户最新分析报告[EB/OL]. (2016-02-23)[2018-03-20]. <https://news.znds.com/article/8163.html>
- [7] 李慧. 新常态下扩大江苏居民消费需求的对策[J]. 无锡商业职业技术学院学报,2016(1):39-45
- [8] 199IT 中文互联网数据资讯中心. 艾瑞咨询:2016 年中国跨境网购用户研究报告[EB/OL]. (2016-03-22)[2018-03-20]. <http://www.199it.com/archives/452492.html>
- [9] 王庆五,吴先满. 2017 年江苏经济发展分析与展望[M]. 北京:社会科学文献出版社,2017:7
- [10] 李慧. 平台经济发展的瓶颈与阻碍[J]. 群众,2015(5):33-34

(责任编辑:刘 鑫)