陈晋玲 著

Shanxijuminxiaofeijiegouyu
Chanyejiegouguanxideyanjiu

山西居民消费结构与产业结构关系的研究

山西出版传媒集团
山西人民出版社

需要全本请访问 www.ertongbook.com

山西居民消费结构与产业结构关系的研究

陈晋玲

扩大居民消费需求是我国经济长期稳定发展的主要支撑，是我国经济发展的基本推动力。在市场经济条件下，消费需求是一切经济活动所创造的价值得到社会承认的条件，它从根本上影响生产的性质和数量。因此，作为最终需求，消费需求结构是产业结构最重要的制约因素，产业结构变动调整要符合消费结构变化的要求。山西正处于产业结构转型发展的重要时期，只有根据消费结构合乎规律的变化引导产业结构调整和升级，才能实现有效供给的增长，现阶段经济的快速增长才能得以持续。

山西作为中部省份之一，自然资源丰富，是我国重要的能源重化工基地。改革开放以来，山西经济增长一直保持着良好态势，经济建设成效显著，随着经济规模不断发展扩大，山西省的产业结构也发生了很大的变化，开始逐步由原来的以农业发展为主，转变为以工业发展为主，第三产业不断扩大的产业结构状态。与此同时，经济快速发展，带动城乡居民收入水平和消费支出快速增长，居民消费能级从十元级、百元级、千元级向万元级、十万元级、百万元级不断跃升，消费结构由低层次向中高层次提升，居民消费已经从温饱型向享受型、发展型转变。富裕起来的老百姓，越来越注重生活的质量和品位。但从全国与中部其他省份来比较，山西产业结构中重工业比重较高，农业基础薄弱，对第二产业和第三产业支撑力严重不足，呈现出工业重、农业轻、第三产业发展滞后的局面。消费结构中城乡居民生存类消费支出比重较高，而发展、享受型消费结构比重较低。基于这些问题，本书以消费结构变化与产业结构调整的相关性及其规律性为连接纽带，以山西省改革开放

以来消费结构和产业结构变化情况为出发点，采用比较分析法、计量模型分析法等，分析山西省消费结构升级对产业结构调整所产生的相互影响，进而希望通过实证研究，分析存在的问题及原因，在此基础上提出利用消费结构升级的有利时机，多渠道提高城乡居民收入、积极培育居民消费热点等优化消费结构建议，同时应根据山西城乡居民变动趋势和围绕消费热点，明确产业结构调整方向，改造提升传统产业，培育壮大新兴产业，加快发展现代服务业，发展现代产业体系，加快农业结构调整、稳步发展消费品工业、调整重工业内部结构、迅速发展第三产业、完善消费环境等，为制定相关产业政策和消费结构优化起到一定的参考作用，使消费结构与产业结构真正协调一致起来，成为山西经济发展持续有效的动力。

本书最显著的特征是根据山西省消费结构和产业结构变动趋势，用ELES模型、VEC模型等计量模型分析方法实证分析两者的变动关系。同时还采用比较分析方法，用全国和中部其他经济相近的省份来比较，不仅用反映消费结构和产业结构主要指标的图表进行对比，而且有通过比较分析理性思考的文字综述。这些方法有助于全面认识山西省消费结构和产业结构发展及关系，以便作出准确的判断、科学的决策。用统计方法说话，用模型方法实证，就是为了正确把握现实，探讨预测未来，促进山西经济发展。

本书的出版，对我来说是一种尝试，一定会有疏漏和不当之处，诚恳希望读者提出批评指导意见。

目　录

第一章　消费的相关概念界定

1.1 什么是消费

1.2 消费需求

1.3 消费结构

1.4 消费结构升级定义及其机理

1.5 消费结构升级的一般规律

1.6 消费结构升级的必要性

1.7 消费结构升级的影响因素

1.8 消费结构合理化

第二章　产业结构的相关概念界定及理论

2.1 产业的涵义

2.2 产业的分类

2.3 产业结构的涵义

2.4 产业结构演进的规律

2.5 产业结构的合理化

第三章　消费结构与产业结构互动效应机理

3.1 消费结构和产业结构的相互关系理论

3.2 在生产导向型经济中消费结构与产业结构的关系

3.3 在消费导向型经济中消费结构与产业结构的关系

3.4 消费结构与产业结构的互动效应机理

3.5 消费结构变动对产业结构的影响

3.6 产业结构必须与消费结构相适应

第四章 国内外相关研究综述

4.1 国外关于消费水平理论的综述

4.2 国外关于消费结构理论与方法的研究

4.3 国外关于产业结构与消费结构的关系理论综述

4.4 国内关于消费结构理论的研究

4.5 国内关于消费结构与产业结构关系的理论研究

第五章 研究模型和方法介绍

5.1 线性支出系统(LES)模型理论

5.2 扩展的线性支出系统(ELES)模型理论

5.3 VAR 和 VEC 模型介绍

第六章 山西省城乡居民消费结构演进分析

6.1 山西城镇居民消费结构变动趋势分析

6.2 山西城镇居民消费结构与全国城镇居民消费结构比较

6.3 山西农村居民消费结构构成及变动趋势分析

6.4 山西农村居民消费结构与全国农村居民消费结构比较

第七章 山西省产业结构的演进分析

7.1 改革开放以来山西产业结构的发展演变

7.2 山西省三次产业比较劳动生产率分析

7.3 山西省产业结构偏离度分析

第八章 山西省城乡居民消费结构的 ELES 模型分析

8.1 山西城镇居民消费结构的 ELES 模型动态演进分析

8.2 山西农村居民消费结构的 ELES 模型动态演进分析

8.3 山西城乡居民消费结构的 ELES 模型对比分析

第九章 山西省居民消费结构与产业结构相互关系分析—基于 VEC 模型

9.1 山西城镇居民消费结构与产业结构相互关系分析

9.2 山西农村居民消费结构与产业结构相互关系分析

第十章 山西省城乡居民消费水平和消费结构存在问题及原因分析

需要全本请访问

10.1 山西城镇居民消费存在的问题分析
10.2 山西农村居民消费方面的问题
10.3 影响山西城乡居民消费结构问题的主要原因
第十一章 政策性建议
11.1 多渠道提高城乡居民收入水平,促进城乡协调发展
11.2 合理调整收入分配关系,持续扩大居民消费需求
11.3 积极培育和发展新的消费热点,拓展消费市场
11.4 顺应消费结构发展趋势,促进产业结构优化升级
11.5 改善消费结构,选择节能减排的绿色消费模式
11.6 改善消费环境,挖掘消费需求增长潜力
11.7 扩大城乡居民消费信贷,重点加大信贷支农力度
11.8 完善城乡社会保障体系,扩大农村社会保障覆盖面
11.9 制定相应的消费政策,引导城镇居民消费结构升级
11.10 建立健全市场秩序,保护消费者合法权益
11.11 加快城市化进程,扩大全省农村居民消费需求
11.12 大力推进新农村建设

第一章　消费的相关概念界定

1.1 什么是消费

消费是人类生存与发展的基本条件和极其重要的内容，任何人在任何时候，都离不开消费。马克思早就说过："人从出现在地球舞台上的第一天起，每天都要消费，不管在他开始生产以前和在生产期间都是一样。"[①] 消费有两种：一种是生产消费，是通过消耗生产资料（包括原材料及辅助材料）而生产出新产品的过程，它是直接与生产合而为一的；另一种是生活消费，也就是马克思所说的"原来意义上的消费"[②]，是人们每天消费已生产出的消费资料（包括劳务消费）来满足自己的物质文化需要的消费行为，它直接与劳动力再生产相联系，它虽不属于生产消费，但与生产消费有直接的依存关系。

消费经济学研究的对象是生活消费，而不是生产消费。社会再生产总过程，包括生产、分配、交换和消费四个环节，各个环节之间紧密联系，相互作用，使社会再生产周而复始地不断运行。正如马克思所说："我们得到的结论并不是说，生产、分配、交换、消费是同一的东西，而是说，它们构成一个总体的各个环节、一个统一体内部的差别。"[③]四个环节的相互作用，组成错综复杂、不断运动的社会再生产总过程。

生活消费具有两重性，即具有自然过程和社会过程的性质。人们消费各种消费资料和劳务来满足自己的生理和心理的需要，如消费食物来解除饥饿，消费衣物来防御寒冷，这些都反映消费的自然过程。另一方面，人们的消

① 马克思.资本论（第1卷）[M].北京：人民出版社，2004：196.
② 马克思恩格斯选集（第2卷）[M].北京：人民出版社，1994：8.
③ 马克思恩格斯选集（第2卷）[M].北京：人民出版社，1994：17.

费活动又总是在一定的生产关系下进行的，人们的消费活动不能脱离社会而孤立地进行，正如马克思所说："我们的需要和享受具有社会性质。"[①]在不同的生产关系下，价值观、消费观不同，消费的情况就不同。

1.2 消费需求

消费需求是指消费者对以商品和劳务形式存在的消费品的需求和欲望。当商品经济处于不发达阶段时，消费者的消费领域比较狭窄，内容很不丰富，满足程度也受到限制，处于一种压抑状态。在市场经济条件下，生产资料和生活资料都是商品，消费需求的满足离不开市场交换。随着社会生产力的不断发展，企业将向市场提供数量更多，质量更优的产品，以便更好地满足消费者的消费需求。随着人们物质文化生活水平的日益提高，消费需求也呈现出多样化、多层次，并由低层次向高层次逐步发展，消费领域不断扩展，消费内容日益丰富，消费质量不断提高的趋势。

1.2.1 消费需求的内容

1. 对商品使用价值的需求

使用价值是商品的物质属性，也是消费需求的基本内容，人的消费不是抽象的，而是有具体的物质内容。无论这种消费侧重于满足人的物质需要，还是心理需要，都离不开特定的物质载体，且这种物质载体必须具有一定的使用价值。

2. 对商品审美的需求

对美好事物的向往和追求是人类的天性，它体现于人类生活的各个方面。在消费需求中，人们对消费对象审美的需要、追求，同样是一种持久性的、普遍存在的心理需要。对于消费者来说，所购买的商品既要有实用性，同时也应有审美价值。从一定意义上讲，消费者决定购买一件商品也是对其审美价值的肯定。在消费需求中，人们对消费对象审美的要求主要表现在商品的工艺设计、造型、式样、色彩、装潢、风格等方面。

3. 对商品时代性的需求

① 马克思恩格斯选集（第 1 卷）[M].北京：人民出版社，1994.350.

没有一个社会的消费不带有时代的印记，人们的消费需求总是自觉或不自觉地反映着时代的特征。人们追求消费的时代性就是不断感觉到社会环境的变化，从而调整其消费观念和行为，以适应时代变化的过程。这一要求在消费活动中主要表现为：要求商品趋时、富于变化、新颖、奇特、能反映当代的最新思想。

4. 对商品社会象征性的需求

所谓商品的社会象征性，是人们赋予商品一定的社会意义，使得购买、拥有某种商品的消费者得到某种心理上的满足。

5. 对优良服务的需求

随着商品市场的发达和人们物质文化消费水平的提高，优良的服务已经成为消费者对商品需求的一个组成部分，“花钱买服务”的思想已经被大多数消费者所接受。

1.2.2 消费需求的类别

1. 按消费者的购买目的不同，可分为生产性消费需求和生活性消费需求

生产性消费需求是为满足生产过程中物化劳动和活劳动消耗的需要。如企业的生产需要劳动力，需要厂房、土地和机器设备等，这些都属于生产性消费。生活性消费需求是指为满足个人生活的各种物质产品和精神产品的需要，如人们生活中对衣食住行等物质产品的需要，对文化、教育、艺术等精神生活的需要。

2. 按消费需求满足的对象不同，可分为社会集团消费需求和个人消费需求

社会集团消费需求是指为实现社会的集体消费基金而统筹安排用来满足公共消费需要的部分。个人消费需求主要是指居民有货币支付能力的生活消费需要。社会集团消费需求在我国的社会消费需求总量中占有相当的份额。随着市场经济的发展，个人消费需求的领域将不断扩展，内容会更丰富多彩，消费需求的满足程度也将大大提高。

需要全本请访问

3. 按消费需求的实质内容不同，可分为物质消费需求和精神消费需求

这也是对生活消费需求进行分类的一种方法。物质消费需求是指人们对物质生活用品的需要。精神的需求是指满足人的心理和精神活动的需要，如人的自尊、发挥自己的潜能、精神上的娱乐等需要。与物质的需求相比，精神上的需求是高一层次的需求。

4. 按消费需求的实现程度不同，可分为现实消费需求和潜在消费需求

现实消费需求是指目前具有明确消费意识和足够支付能力的需求。按需求的实现程度不同，现实消费需求又可分为已实现的消费需求和未满足的消费需求两种。已实现的现实消费需求是指由于购买到商品而得到实际满足的那部分需求；未满足的现实消费需求是指由于市场上缺少购买者所需要的消费特性的商品，而未得到满足的那部分实际存在的有支付能力的需求，它直接表现为市场上的“消费热点”。如果某一个时期内某种商品出现短缺，那么市场上就会出现相当数量的未满足的消费需求。

1.2.3 影响消费需求的主要因素

1. 整体经济水平提高与个人经济心理预期的复杂化

经济状况决定人们的购买能力，也影响其消费欲望。现实经济收入水平是决定购买能力的直接因素之一。同时，也影响着顾客消费的选择及其结构。另外，经济预期也对人们消费欲望和消费选择有着重要影响。在社会整体经济状况不断改善的同时，随着市场经济发展的不断深入，影响个人经济预期因素的复杂化，使其个体差异性不断提高。经济状况的变化和经济预期的个性化，是使消费需求及其结构多样化、复杂化的重要影响因素之一。

2. 社会文化、价值观的多样化

（1）各种形式的经济、文化活动交流，交通、信息与通讯手段的发达，促进各种文化的交融和价值观的多样化，也直接影响、刺激人们对生活的追求和对具体产品的欲望。

（2）思想、行为约束的不断松缓，创造了自由追求的精神空间

为获得生存与发展的必要条件，个人需要依赖于某个或数个团体。而团

体需要通过某种约束，使团体成员“团结一致”。随着生活条件的不断改善和社会经济、文化的多元化发展，这种“依赖”与“约束”的意识和程度日趋减弱。个人对特定群体（如家族、家庭以及所就职的组织等）的依赖程度逐步降低，而传统的国家以及群体对其成员的约束也在不断放松，有助于人们对生活的多元化与个性化追求。生活领域、范围的扩大与归属群体的多样化，促进了价值观以及生活追求的多元化。生活领域的扩大和层次的提高，以及思想、行为约束的松缓，在对特定归属群体依赖程度降低的同时，人们往往有意识、无意识地归属于更多的有形或无形的群体，如有组织的社会团体，或“追星族”、“球迷”、“汇友”、“股民”、“彩民”等等。在这些群体中一般具有更大的自由度，更有利于成员个性和能力的发挥以及成员之间相互直接或间接的影响，不同程度地影响着价值观及生活方式与生活追求。

3. 个人需要与动机的变化

需要与动机是影响消费需求的根本因素。具体有：

（1）心理需要层次提高

随着生活水平的提高，人们心理需要层次也在不断提高，生活越来越复杂化。“从更一般的意义上说，在高级需要层次上，生活变得越来越复杂了。寻求尊重、地位比寻求友爱涉及更多的人，需要有更大的舞台、更长的过程、更多的手段以及更多的从属步骤和预备步骤。在友爱的需要与安全需要相比较时，也同样存在上述差异。”显然，与满足生理、安全等较低层次需要相比，满足尊重或自我实现需要，人们追求的角度、领域会有较大的差别，而对于同一个人，则可能需要在其生活的若干领域，通过更多的手段去满足这些需要。同时，随着需要层次的提高，精神、情感需求的比重也在增加。

（2）自我意识与社会意识的变化

自我意识影响行为动机和生活态度与方式。一般生活条件得到满足之后，人们开始更加关注自我存在的价值和意义，关注在社会关系作用下的自我。对于多数的、政治的，甚至是科学的权威不再像以前那样被信奉，倾听内心需求的自我概念的重新定位改变了单一的生活需求模式。人们对生存、安

全的追求，更多地转移为对人生意义的追求。自我意识逐步得到强化，其包括：实际的自我（我现在是什么样）、理想的自我（我想成为什么样）、私人的自我（我对自己怎样或我想对自己怎样）和社会的自我（别人怎样看我或我希望别人怎样看我）。这种自我观念，特别是“社会的自我”观念的强化，对自我存在的社会价值和意义的追求，人们生活行为中的社会观念和意识也在增强。

（3）消费动机的多样化

随着生活需要满足水平的逐步提高和生活态度及方式的改变，直接或间接的生活、消费经验的丰富，消费心理的不断成熟，其生活追求形成了“基本追求”→“求同”→“求异”→“优越性追求”→“自我满足追求”的基本变化过程。在基本生活需要得到满足之后，从追逐潮流、显示个性，到体现品位、追求自我满足。心理追求逐步向高层次发展，生活及消费动机也在不断多样化。

1.2.4 消费需求的变化趋势

1. 广泛化与高度化

首先，随着生活水平的提高，生活领域不断扩大，生活方式多样化，消费生活的范围不断扩延，其需求的领域逐步扩大；其次，心理需要层次的提高，在对具体产品、服务的消费上，追求、关注的方面也越来越广。在满足个人自身物质、生理需要的基础上，逐步追求更广泛的社会及自然环境等关系中的种种需要。随着环境的变化和一系列条件的满足，人们正在具备追求更高层次生活的愿望和能力。顾客由对生存的需求更多地转向对享受和发展的需求。顾客消费结构及需求层次不断提高。

2. 情感化与感性化

心理需要层次的提高，对精神需要的程度不断增强。而且，由于技术水平的提高，产品质量、性能等物质指标差异化程度越来越小，情感在购买决策中的权重越来越大。由高情感的需要导致感性消费的需求，将消费活动与自我概念密切关联，作为追求共情（情感上的共鸣）、体验、展示能力或风貌

等的舞台。

3. 个性化

在心理追求上，由于更多的人们“求异”或“优越性追求”、“自我满足追求”，或为表现个性，或为自我满足，追求个性独立、自由和产品、服务的专属性甚至唯一性趋势愈加明显。

需求的多样化是高层次化、个性化、情感化的直接结果。随着心理需要层次的提高，需求变得越来越复杂、多样。特别是对于不同的个体，在情感、精神的追求方面将会表现出更大的差异。第一，对同一种生活行为，不同个体表现出千差万别的追求。物质短缺时代，对某项产品或消费属性的需求较为集中。随着物质、精神生活水平的提高，需求属性开始呈现出多样性。整体上追求的属性增多，而不同个人的各种需求属性权重的差异性越来越大。第二，同一个体为满足某一生活需要表现出更多的需求。如为满足休闲的需要，可以有传统的聊天、散步、运动、读书等，还可以有旅行、健身、网上冲浪、电子游戏、购物等等多种选择，由生活情景等不同表现出多样性。第三，对于同一顾客，在不同的生活领域其追求的差异性也变得愈加明显。由于生活方式的多样化，人们在不同的生活领域可能表现出不同的生活方式，进而相应的消费需求也会呈现出差异性和多样性。

4. 健康化与绿色化

对生活质量的追求使得人们更加关注自身的身心健康。在注意生理安全、健康的同时，对心理、精神的健康关注程度逐步提高。追求舒适、享受，更多地利用休闲、娱乐消费或日常消费活动充实生活内容，调解身心状态，并逐步由关注眼前的小的健康环境到关注长远的社会大环境，注重环境保护、节约资源等绿色消费意识与需求将会不断加强。

5. 复合与关联化

一方面，对某一消费活动的需求，往往是功能性、心理性以及社会性等需求的复合体，由于顾客个体情况及生活场景等的不同，其权重有所差异。另一方面，各种需求之间关联性增强，形成生活需求生态体系。人们生活价

值追求和生活需求在向多样化、个性化发展的同时，社会分工也日益扩大，社会机构也日趋复杂，为满足生活需要的目标与手段的结构也在不断的多元化和复合化（网络化），形成由相互影响和作用的不同需求环节组成的生活需求生态体系。围绕人们不同的生活追求，客观上已经或正在形成由相关产品、服务组成的各种类型的“产品生态圈”，企业产品、服务的销售状况将与所在生态圈的状态及其在其中的地位和作用密切相关。营造产品良好的生态环境，应该是企业市场经营的重要任务之一。

1.3 消费结构

1.3.1 消费结构的定义

人们的消费，总要以一定的消费资料（包括劳务）为对象，人们要满足自身存在和发展的需要，满足物质和文化生活的需要，就要消费各种不同类型的消费资料。在一定的社会经济条件下，人们在消费过程中所消费的各种不同类型的消费资料的比例关系就是消费结构（consumption structure），这个定义包括了按消费主体划分的不同社会阶层和不同居民集团的消费结构。我们讲消费结构，是围绕消费客体即消费资料来考察的。通过人们消费的各种不同类型的消费资料和劳务的分析，通过不同社会阶层、不同居民集团的消费结构及其发展变化的分析，揭示消费结构所反映的人们之间的经济关系。

消费结构的定义有广义和狭义之分，广义的消费结构指人们在生活消费过程中，各消费主体、客体之间按一定方式、一定顺序建立起来的相互关系的总和，包括人们所消费的各种资料和劳务之间的比例关系，也包括各种不同消费群体之间消费的比例关系、个人消费和集体消费之间的比例关系、商品性消费和自给性消费的比例关系。狭义的消费指在一定的社会经济条件下，人们（包括各种不同类型的消费者和社会集团）在消费过程中所消费的各种不同类型的消费资料（包括劳务）的比例关系。①

1.3.2 消费结构的分类

① 伊志宏.消费经济学[M].北京：中国人民大学出版社，2004：204—225.

消费结构是一个具有多层次、多角度规定的经济范畴，可以从不同角度进行分类。

1. 按满足消费需要的不同层次来分类，可以把消费资料分为生存资料、享受资料和发展资料

这是恩格斯对消费资料分类所做的科学概括。一般说来，生存资料是维持劳动力简单再生产的必需的生活资料，人们首先要满足的就是最基本的生存需要。享受资料是满足人们享受需要的生活资料，如某些高级食品、娱乐用品和某些精神文化用品等等。享受资料能满足人们舒适、快乐的需要，对人的身心健康有重要的作用。发展资料是发展人们体力和智力所需要的生活资料。比如体育、文化用品以及接受教育、从事文艺、进行社交等所需要的设备和劳务。发展资料的消费能发展人的智力和体力，增长人的知识和才干，促进人的全面发展。因此，生存资料是人们的最基本的消费资料、享受资料和发展资料、是较高层次的消费资料。人们在满足了生存需要后，会逐步要求满足享受和发展的需要。尽管在实际经济生活中，这三种资料是很难严格划分的，但这种划分，对分析人们的消费水平，对比较不同阶层和社会集团人们的消费状况是很重要的。

2. 按人们实际消费支出的不同方面，可以划分为吃、穿、住、用、行等不同形式

这种划分比较具体，在实际工作中一般采用这种分类，便于计算和统计，便于对不同历史时期、不同地区、不同国家的经济结构进行比较。还可把吃、穿、用等进一步细分，比如用的部分还可以细分为一般日用品和高档耐用消费品等。

3. 按消费品的不同内容，可划分为实物消费和劳务消费

实物消费是有形产品的消费，劳务消费一般是通过活动方式提供的消费服务。劳务消费是人们生活消费的一个重要的方面，它对方便人民生活，促进人的身心健康，提高人的文化素质起着重要的作用。随着社会经济的发展，劳务消费越来越重要。比如医疗、教育、文艺、旅游等逐渐为人们日常生

活所不可缺少,特别是进入知识经济的时代,以知识、信息等为内容的消费对促进社会全面进步更是起到不可替代的作用。这种实物和劳务的消费结构划分有利于调整不同部门的生产结构，对于促进第三产业的发展具有重要的理论意义。

4. 按消费结构的出发点和目的不同，可以把消费结构划分为宏观消费结构和微观消费结构

宏观消费结构是指整个社会(一个国家)考察的消费资料最终实现的分布,如个人消费与公共消费各自的比重、个人消费与社会集团以及各社会集团各自的消费比重、各地区和城乡居民消费各自的比重等。微观消费结构是从单个家庭和个人着眼考察的消费结构，是指居民生活消费内容的组成方式。这两者研究的目的是不一样的,前者的研究目的是要了解消费资料在不同地区和不同人群间的分布，后者的研究目的则在于掌握人民群众的生活质量以及居民的消费变化动向。

本书依据《中国统计年鉴》中的统计项目,1991 年以后的城镇居民消费结构考察项目是:(1)食品;(2)衣着;(3)家庭设备用品及服务;(4)医疗保健;(5)交通通讯;(6)娱乐教育文化服务;(7)居住;(8)杂项商品与服务。1992 以后农村居民消费结构考察项目是:(1)食品;(2)衣着;(3)居住;(4)家庭设备用品及服务;(5)医疗保健;(6)交通通讯;(7)文教娱乐用品及服务;8)其他商品及服务。

1.3.3 影响消费结构的主要因素

影响消费结构的因素多种多样,按照不同领域划分,既有经济因素,又有非经济因素;按照其构成划分,既有外部因素,又有内部因素。按照范围划分,既有宏观消费结构的影响因素,又有微观消费结构的影响因素。这些因素相互交叉。总之,对消费结构影响因素的分析,有利于揭示消费结构的运动规律,探求提高居民消费水平、优化消费结构的对策措施。我们研究的主要是经济因素,可以从以下几个方面来看:

1. 居民收入对消费结构的影响

居民收入是影响消费结构的最重要、最基本的因素。从宏观来说，居民收入的多少，特别是人均居民收入的变化状况，不仅影响消费水平，也影响消费结构。根据恩格尔定律，随着收入的提高，食品等基本消费支出所占比重不断下降，高层次的消费支出比重会不断上升，消费结构不断升级。当一个社会的发展处于温饱型阶段时，人们的消费需求主要集中在吃、穿、住等方面；当人均 GDP 超过 1000 美元时，消费结构升级加快，人们对发展型和享受型的消费资料需求会不断增长，比如文化教育消费、汽车、住房消费等；当人均收入在 3000 美元以上后，居民消费则会进入汽车消费高峰期。

2. 产业结构对消费结构的影响

没有生产，就没有消费，产业结构是影响消费结构的直接因素。产业结构决定产品结构，并通过产品结构影响消费结构。合理的产业结构促进着消费结构向合理的方向发展，而产业结构不合理必然导致消费结构的不合理，同样，产业结构的升级也会带动消费结构的升级。

3. 消费品价格变化的影响

在其他条件不变的情况下，消费品价格总水平的高低，会对消费结构产生影响。市场经济条件下，不同消费品的价格会发生不同的变化，而价格的高低会影响到消费品的供应，因而必然会影响到消费结构。在收入水平一定的条件下，消费者购买力的大小以及所购买消费品的类型直接取决于价格的高低。所以，一般说来，某种消费品的价格上升，会导致其消费量的减少，反之亦然，特别是需求价格弹性大的消费品更是如此。当然，对某些消费者来说，或者在特殊的条件下，也有逆反的情况，买涨不买跌的情况也是存在的。但从总体上说，价格的变化对消费结构的影响是非常直接的。

4. 人口的影响

人口对消费结构的影响主要表现在人口总量和人口结构方面。具体如下：

(1)在消费品总量和国民收入中用于消费的比例一定时，人口数量的多少必将影响人均消费额，从而影响消费结构。同时，人口多会对社会提出生

需要全本请访问