

DRC

国务院发展研究中心
Development Research Center of the State Council

国务院发展研究中心研究丛书 2014

丛书主编 ■ 李 伟

新时期 我国消费新增长点研究

China's New Growth Sources of Consumption in the New Era

任兴洲 王 微 王 青 等著



中国发展出版社
CHINA DEVELOPMENT PRESS

国务院发展研究中心研究丛书 2014

丛书主编·李 伟

新时期 我国消费新增长点研究

China's
New Growth Sources of
Consumption in the New Era

任兴洲 王 微 王 青 等著



中国发展出版社
CHINA DEVELOPMENT PRESS

图书在版编目 (CIP) 数据

新时期我国消费新增长点研究/任兴洲, 王微, 王青等著. —北京
中国发展出版社, 2014. 8

(国务院发展研究中心研究丛书/李伟主编. 2014)

ISBN 978-7-5177-0201-6

I. ①新… II. ①任… ②王… ③王… III. ①消费—经济增长点—
研究报告—中国—现代 IV. ①F126.1

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2014) 第 147878 号

书 名: 新时期我国消费新增长点研究

著作责任者: 任兴洲 王微 王青 等

出版发行: 中国发展出版社

(北京市西城区百万庄大街 16 号 8 层 100037)

标准书号: ISBN 978-7-5177-0201-6

经 销 者: 各地新华书店

印 刷 者: 北京科信印刷有限公司

开 本: 700mm × 1000mm 1/16

印 张: 16.25

字 数: 170 千字

版 次: 2014 年 8 月第 1 版

印 次: 2014 年 8 月第 1 次印刷

定 价: 42.00 元

联系电话: (010) 68990630 68990692

购书热线: (010) 68990682 68990686

网络订购: <http://zgfcbs.tmall.com/>

网购电话: (010) 88333349 68990639

本社网址: <http://www.developress.com.cn>

电子邮件: bianjibu16@vip.sohu.com

版权所有·翻印必究

本社图书若有缺页、倒页, 请向发行部调换

DRC

2014

国务院发展研究中心研究丛书

编 委 会

主 编：李 伟

副主编：刘世锦 韩 俊 张军扩 张来明 隆国强

编 委：（按姓氏笔画为序）

丁宁宁 马 骏 卢 迈 叶兴庆 包月阳

吕 薇 任兴洲 米建国 刘世锦 李 伟

李善同 余 斌 迟福林 张小济 张军扩

张来明 张承惠 陈小洪 侯永志 赵晋平

赵昌文 高世楫 夏 斌 郭励弘 隆国强

程国强 程秀生 韩 俊 葛延风

“新时期我国消费新增长点研究”

课题组



课题负责人

任兴洲 国务院发展研究中心市场经济研究所所长，研究员

王 微 国务院发展研究中心市场经济研究所副所长，研究员

课题协调人

王 青 国务院发展研究中心市场经济研究所研究员

课题组成员

李 布 国务院发展研究中心市场经济研究所研究员

漆云兰 国务院发展研究中心市场经济研究所副研究员

刘 涛 国务院发展研究中心市场经济研究所副研究员

胡红梅 国家行政学院博士后

曹欣玮 国务院发展研究中心市场经济研究所实习研究员

胡田田 国务院发展研究中心市场经济研究所实习研究员

总 序

积极发挥智库作用 全力为改革服好务

国务院发展研究中心主任、研究员

李伟

去年11月召开的党的十八届三中全会，掀开了中国改革开放新的篇章，标志着中国进入全面深化改革的历史新阶段，对于全面建成小康社会、实现中华民族伟大复兴的中国梦具有重大而深远的指导意义。

改革的成功，需要正确的方向和可行的方法。过去三十多年的实践表明，中国特色的改革道路，以“三个有利于”为标准，既坚持了正确的方向，又找到了可行的方法。进入新时期的改革，涉及面更为广泛，调整利益格局更加艰难。我们必须以全球视野、战略思维，深化改革理论研究，密切结合世情国情，积极关注社情民意，科学认识全球结构调整和体制变革的方向、趋势，正确认识和把握民众诉求，遵循经济社会发展的规律，提升驾驭改革的综合能力，确保三中全会提出的各项改革任务圆满完成。为此，需要特别

处理好理论指导与实践探索、加强党的统一领导与发挥各方创造性、积极果敢与稳妥推进、效率与公平、经济体制改革与社会体制改革等方面关系。

经济体制改革是全面深化改革的重点，其核心是处理好使市场在资源配置中起决定性作用和更好发挥政府作用的关系，而使市场发挥决定性作用是当前改革的主要矛盾方面。当前，我国经济正处在向中高速增长阶段转换的关键期。增长阶段转换表面上看是速度的换挡与调整，但在本质上是增长动力的转换与接续。我国经济能否在一个新的增长平台上良好运行，规模与质量、速度与效益的关系达到一种新的平衡，关键在于切实转变发展方式和着力培育经济增长新动力。

今年以来，我国在经济下行压力加大、局部风险开始显露的同时，结构调整取得积极进展，表现为服务业发展势头良好，消费对经济增长的贡献提高，就业状况不断改善等。这些积极变化也反映了我国经济正在向新常态平稳过渡。在此情况下，我们要充分地认识到改革举措有供给侧和需求侧之分，有见效慢和见效快之别。在抓好相对慢变量重大改革的同时，适当加大需求侧的改革措施，进一步发挥扩需求、稳增长的作用，与促进需求政策形成合力效应，通过换机制、调结构，着力培育增长新动力。

具体而言，近期，应以调整投资结构、稳定投资增速、化解金融风险为重点，积极推进相关重点领域改革和政策调整。如清理规范地方融资平台，推进地方政府合规融资；发挥政策性金融机构对住房和基础设施建设的支持作用；推动资产证券化，盘活存量；做好舆论引导、风险隔离、社会保障等配套工作，积极化解局部风

险；与结构性减税政策相结合，积极推进加速折旧；治理产能过剩，推动产业结构调整等等。

中长期，则应把有利于稳增长、调结构、促转型的重大改革放在优先位置。推动以破除行政性垄断、促进竞争为重点的基础产业领域改革，提高非贸易部门的效率；围绕降低企业综合成本，推动土地、金融、流通、知识产权保护等领域改革，增强企业盈利能力，促进企业转型升级；加快服务业的对内、对外开放，破除各种隐性壁垒，形成平等进入、公平竞争的市场环境；适当提高中央政府债务占 GDP 的比重和当年财政赤字率，利用中央政府的负债潜力，加大社会公共服务设施建设，缓解地方政府和企业现实的债务压力。

十八届三中全会通过的《中共中央关于全面深化改革若干重大问题的决定》明确提出：加强中国特色新型智库建设，建立健全决策咨询制度。去年4月和今年1月，习近平总书记两次对智库建设和国务院发展研究中心的工作作出重要批示，明确指出智库是国家软实力的重要组成部分，要高度重视、积极探索中国特色新型智库的组织形式和管理方式；要求我们要紧紧围绕推进全面深化改革等重大任务，不断增强综合研判和战略谋划能力，提高决策咨询服务质量和水平。

国务院发展研究中心作为直接为党中央、国务院重大决策提供研究咨询服务的智库机构，在过去一年中，紧紧围绕中央的工作中心，牢牢把握为中央决策服务的根本方向，立足全局、突出重点、发挥优势、创新体制，以深入开展党的群众路线教育实践活动为契机，以全面推进“一流智库”建设为抓手，以提高政策咨询研究的

质量和水平为重点，坚持中长期重大课题研究是当前经济社会发展热点难点问题研究相结合，完成了一批具有较高政策价值和较大社会影响力的研究成果，推动形成了一系列经济社会发展新政策新举措，为中央决策服务取得了新成绩。

“国务院发展研究中心研究丛书”迄今已是连续第五年出版。五年来，我们获得了各级领导同志和社会各界读者的热情关注与支持。特别是去年的丛书出版后，受到国务院领导同志的高度肯定。这是对我们继续做好工作的重要鼓励与鞭策。

今年的“国务院发展研究中心研究丛书”共16部著作。其中：《追赶接力：从数量扩张到质量提升》是国务院发展研究中心2013~2014年度的重大研究课题报告，深入分析了中国经济增长方式的转变路径与方法；《中国新型城镇化：道路、模式和政策》、《从城乡二元到城乡一体：我国城乡二元体制的突出矛盾与未来走向》等10部，是国务院发展研究中心各研究部（所）的重点课题研究报告；此外，还有《中国电子商务的发展趋势与政策创新》等5部优秀招标课题研究报告。

这套丛书是国务院发展研究中心过去一年研究成果的优秀代表，但其中可能还存在着种种不足。衷心期望社会各界提出宝贵意见和建议，帮助我们在建设中国特色新型智库、开创政策研究咨询工作新局面、努力为全面深化改革服好务的道路上不断前进，为实现中华民族伟大复兴的中国梦做出新的更大贡献。

2014年8月18日

内容摘要

改革开放以来，我国居民消费不断增长，对满足需求、促进经济发展和产业结构升级发挥了重要的支撑作用。当前，我国经济已经进入新的发展阶段，正处在全面建成小康社会的关键期和战略机遇期。在新时期，有效形成依靠消费、投资和出口协调拉动经济增长已成为重要而紧迫的任务。培育和扩大消费新增长点，不仅能够满足居民不断增长的消费需求，而且也是我国经济可持续发展的战略基点。

消费新增长点，是指在一定时期内，由于技术进步、供给改善、消费模式创新以及经济社会环境和制度条件变化，出现的不同于以往的具有较大规模和较好成长性的消费产品或服务以及新的消费模式，从而带动相关市场快速增长的消费现象。消费新增长点具备成长性好、市场潜力大和引领带动作用强等特点。从需求侧看，消费新增长点是基于消费需求大规模增长和结构显著升级的拉动；从供给侧看，消费新增长点则是技术创新、产品创新、商业模式创新、营销方式创新的必然结果。从我国消费新增长点产生和发展的条件及环境来看，随着技术创新加快、消费结构升级、人口结构变化、体制机制变革以及消费理念转变等，未来一段时期我国在信息消费、服务消费、多元化年龄群体消费、健康产品消费、环保及奢侈品消费等领域，都有条件成为我国消费的新增长点。同时，在传

统的住、行、用等消费领域，伴随新技术催生的产品创新和新商业模式的出现，也仍然蕴涵着潜力巨大的新增长点。

根据初步估算，到 2020 年，我国这些消费新增长点的市场规模可达到 55 万亿元左右，年均增长 18% ~ 20%，将对我国消费格局乃至经济社会发展产生积极和重要的影响。

然而，在这些消费新增长点的形成和发展过程中，仍面临诸多体制问题和供给方面的障碍。例如，热点产品或服务供给明显不足、消费支撑体系不完善、市场秩序不规范、监管体制亟待健全、对消费者权益保护力度较弱，等等。特别是由于这些消费新增长点对技术进步、供给改善、市场竞争、收入分配和政府监管等制度因素的敏感度较高，因此，现有的一些政策体系和监管方式、手段，很大程度上已不能适应消费新增长培育和发展的要求，迫切需要全面深化改革，切实转变政府职能，改善收入分配格局、促进创新创业、健全法规及标准体系、提升相关基础设施水平等方面，构建适应和有效支撑消费新增长点发展的政策体系和制度体系。通过体制机制改革为消费新增长点创造良好的制度、体制环境，充分激发广大居民的消费潜力和市场活力，切实提高人民福祉，使消费真正成为促进我国经济持续增长的新动力。

目 录

Contents

主 报 告

导 言	2
一、新时期培育消费新增长点的必要性与可能性	5
二、新时期我国消费新增长点分析	13
三、加快培育消费新增长点面临的突出问题	54
四、新时期培育消费新增长点的思路与政策建议	64

专 题 报 告

专题报告一 改革开放以来我国消费增长的变化特征及其 对经济增长的作用	70
一、改革开放以来我国消费增长的阶段性变化与 主要特征	70
二、消费增长及结构升级对经济增长的重要作用	89

专题报告二 城市化进程中的消费新增长点	94
一、城市化促进消费、形成消费新增长点的影响机制	95
二、城市化推进过程中催生的主要消费新增长点	97
三、城市化进程中制约消费新增长点形成和发展的 突出问题	107
四、政策建议	111
专题报告三 新一轮技术革命与培育消费新增长点	115
一、新一轮技术革命的重要方向与应用	115
二、新技术应用的热点领域及催生的消费新增长点	123
三、新技术产品产业化和消费过程中存在的主要问题	145
四、培育和扩大消费新增长点的政策建议	149
专题报告四 人口年龄结构演变与消费新增长点	155
一、人口年龄结构影响消费的机制	155
二、我国不同年龄群体的消费特点	159
三、不同年龄消费群体面临的问题	166
四、政策建议	172
专题报告五 我国信息消费的现状、问题及政策建议	175
一、信息消费的内涵	176
二、我国信息消费的现状分析	179
三、我国信息消费的前景	185
四、我国信息消费存在的突出问题	186
五、促进信息消费的政策建议	193

附录 1 信息消费的内涵与特征——基于文献综述 的研究	197
附录 2 国外促进信息消费的主要做法及启示	202
专题报告六 电子商务对促进消费增长的作用	220
一、电子商务正成为促进消费的新增长点	220
二、电子商务促进消费增长的内在机理分析	226
三、电子商务在促进消费增长中存在的突出问题	232
四、促进电子商务扩大消费的政策建议	235
参考文献	241

主报告

导 言

改革开放以来，随着我国经济持续快速增长，城乡居民消费水平不断提高，消费结构显著升级，消费规模大幅度增加，对经济和社会持续快速发展发挥了重要的支撑和带动作用。目前，我国经济已站在新的起点之上，未来5~10年是我国转变经济发展方式、全面建成小康社会的战略机遇期，也是全面深化改革、提升对外开放水平的关键期。经济增长速度换挡，经济结构深度调整和升级，经济发展动力机制转换，以及社会艰难转型，将成为这一时期我国经济社会发展的突出特征。努力形成以消费、投资和净出口需求协调拉动经济增长的格局是我们面临的重要任务。在新的形势和背景下，扩大消费并形成一批批消费新增长点，不仅是我国经济健康、平稳、可持续发展的战略基点和关键点，同时也是社会发展和促进民生的必然要求。

所谓消费新增长点，是指在一定时期或阶段内，由于技术进步、供给改善、消费模式创新或经济社会环境和制度条件变化，出现了不同于以往的具有规模较大和成长性好的消费产品或服务以及新的消费模式，从而带动相关市场快速增长的消费现象。具体来看，消费新增长点应具有以下特征。

第一，具有新成长性特征。从市场发育或扩张时点看，消费新增长点所涉及的产品或服务具有以下特征。

一是此前消费市场中未有，是在经济、社会或技术进步过程中新出现的产品或服务。例如，信息通信技术发展催生出来的智能移动终端消费的兴起，并且持续高速增长。

二是由于供给改善、消费条件完善，或者消费理念变化，促使市场上已有的产品或服务消费在更新换代或者以新技术武装后，出现新的快速扩张。例如，随着 20 世纪末汽车制造业对外开放的扩大，国内汽车价格下降和多样化的品牌、车型供给，促使国内汽车消费出现加速增长的格局；再如，家电是传统的消费产品，但在新时期，通过信息技术的开发和应用，智能家电又成为新的消费增长点。

三是由于制度变革和体制机制的变化，释放出一些产品和服务消费的巨大活力，进而成为可持续的新消费增长点。例如，20 世纪 90 年代末城镇住房制度全面改革，取消了延续几十年的福利分配制度，发展住房市场。同时，又建立了住房公积金制度，开始对城镇居民发放住房消费信贷，使得居民购买能力显著提升，住房消费快速增长，并带动了房地产业持续快速发展。

四是由于商业模式和消费方式的变化，引发已有产品和服务以及新产品和服务消费规模的迅速扩张。例如，网络购物的出现，以及围绕网络购物形成的整个生态系统的逐步完善，大大促进了商品和服务消费规模的迅速扩张，带动了城乡居民消费的快速增长。事实上，以上几个因素对消费新增长点的形成往往会同时发挥作用。

第二，具有强大的市场扩张能力。消费新增长点虽然最初市场