

2014年 中国质量观测发展报告

质量：新常态下的新动力

程 虹 李艳红 著



中国社会科学出版社

2014年

中国质量观测发展报告

质量：新常态下的新动力

程 虹 李艳红 著

图书在版编目(CIP)数据

2014 年中国质量观测发展报告:质量:新常态下的新动力 / 程虹,李艳红著.
—北京:中国社会科学出版社,2015.7

ISBN 978 - 7 - 5161 - 6613 - 0

I. ①2… II. ①程…②李… III. ①质量管理—调查报告—中国—
2014 IV. ①F279.23

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2015)第 153473 号

出 版 人 赵剑英
责任编辑 田 文
特约编辑 陈 琳
责任校对 张爱华
责任印制 王 超

出 版 中国社会科学出版社
社 址 北京鼓楼西大街甲 158 号
邮 编 100720
网 址 <http://www.csspw.cn>
发 行 部 010 - 84083685
门 市 部 010 - 84029450
经 销 新华书店及其他书店

印刷装订 北京君升印刷有限公司
版 次 2015 年 7 月第 1 版
印 次 2015 年 7 月第 1 次印刷

开 本 710 × 1000 1/16
印 张 22.25
插 页 2
字 数 376 千字
定 价 79.00 元

凡购买中国社会科学出版社图书,如有质量问题请与本社联系调换

电话:010 - 84083683

版权所有 侵权必究

本项目受中国王力集团资助

开启新常态下的新征程

(代序)

2014 年对中国来说，是非同寻常的一年，中国告别过去 30 多年平均 10% 左右的高速增长，GDP 增速从 2012 年的 7.8% 下降到 2014 年的 7.4%，经济增长阶段发生根本性转换。经济新常态下，我国经济发展方式正从规模速度型粗放增长向质量效率型集约增长转变，而经济发展动力正从传统增长点向新的增长点转变。进入经济新常态以后，寻找经济增长的新动力已成为我国未来经济增长的主要任务。

2013 年，我们以寻找经济增长的新动力为质量观测的基本目标，2013 年的质量观测数据显示：微观产品质量将决定我国宏观经济增长质量。在 2014 年 9 月召开的首届中国质量大会上，李克强总理也提出要实现“宏观经济总体与微观产品服务质量的双提高”，质量观测调查的结论在政府决策中得到了体现和应用。

在经济新常态下，我国的经济增长需要从“速度时代”向“质量时代”转变，围绕这一主题，武汉大学质量发展战略研究院连续三年组织武汉大学的大学生深入全国各地进行质量观测调查。顶着高温、冒着酷暑，肩负着建设中国质量的使命，武汉大学质量院的师生与近 300 名大学生调研员一起，深入质量的第一线，向质量最直接的感受者——消费者进行调查，调研员的足迹遍布全国 31 个省份，100 多个地区。同时，武汉大学质量院依据质量竞争力模型对包括中国、美国、德国、瑞士、瑞典、日本、新加坡等在内的 15 个国家以及我国 31 个省（自治区、直辖市）的制造业质量竞争力水平，进行了实际测评。大量实证数据显示，质量已经成为我国经济新常态下的新动力。

一直以来，武汉大学质量院秉承着使命的力量，通过对质量的学术研究
此为试读，需要完整PDF请访问：www.ertongbook.com

究和问题分析，为中国质量的建设和发展提供智力支撑。面对着新常态下中国经济发展的严峻形势，我们感受到身为学者所肩负的重大责任。质量作为我国经济发展中更为强劲的新动力，将开启我国新常态下经济发展的新征程，而我们学术研究的征程还在继续。

武汉大学质量院院长、宏观质量管理湖北省协同创新中心主任 程虹

2015 年 4 月于樱顶

目 录

第一篇 总论

第一章 质量：经济新常态下的新动力	(3)
一 高质量消费成为我国消费需求增长的主体	(3)
二 质量安全性的波动阻碍了我国的需求释放	(5)
三 质量信号传递渠道不畅抑制了我国市场需求的增长	(6)
四 提升质量水平是提升我国货币流动性的重要路径	(8)
五 质量提升是降低通货紧缩风险的根本出路	(11)
六 质量能够提升劳动者报酬并促进分配的公平性	(13)
七 消费者质量满意的提升对于 GDP 增长的作用显著	(14)

第二篇 2014 年质量观测统计方法与调查的改进

第二章 统计方法	(19)
一 观测维度的权重设定	(19)
二 区域总体质量指数计算方法	(19)
三 计分方法	(20)
第三章 区域和样本抽样的方法	(21)
一 调查地区的抽样	(21)
二 调查样本的选取	(24)
第四章 样本总量及构成	(27)
一 总量与分布	(27)

二 调查样本的区域分布	(27)
三 调查样本的结构	(29)

第三篇 年度质量总体指数与关键指标统计结果

第五章 全国总体质量指数的统计结果	(37)
第六章 总体质量指数区域排名	(39)
一 省级排名	(39)
二 主要城市排名	(41)
第七章 四大维度的统计结果	(43)
一 质量安全	(43)
二 质量满意	(59)
三 质量公共服务	(78)
四 公民质量素质	(99)
第八章 关键指标的统计结果	(117)
一 质量安全稳中有降	(117)
二 产品质量安全性评价下降, 化妆品和食品降至及格线 以下	(118)
三 产品质量安全评价的城乡二元性缩小	(118)
四 农村服务质量满意度全面显著提升	(119)
五 环境质量趋于稳定	(120)
六 公民事前了解质量信息的主动性很强, 但事后投诉 维权的主动性不强	(121)
七 东部地区的公民质量素质整体上高于中部、西部地区	(121)
八 东部质量公共服务领先, 中部质量公共服务下降明显	(123)

第四篇 统计结果的结构分析与年度对比

第九章 维度一: 质量安全的统计分析	(127)
一 不同人群的结构分析	(127)
二 区域结构分析	(134)
三 回归分析	(137)

第十章 维度二：质量满意度的统计分析	(145)
一 不同人群的结构分析	(145)
二 区域结构分析	(150)
三 回归分析	(158)
第十一章 维度三：质量公共服务的统计分析	(165)
一 不同人群的结构分析	(165)
二 区域结构分析	(173)
三 回归分析	(180)
第十二章 维度四：公民质量素质的统计分析	(185)
一 不同人群的结构分析	(185)
二 区域结构分析	(194)
三 回归分析	(200)

第五篇 我国质量发展的趋势分析及政策建议

第十三章 我国总体质量与经济增长的波动高度一致	(209)
一 特征事实	(209)
二 理论分析	(212)
三 政策建议	(213)
第十四章 消费者的质量要求呈现不断上升趋势	(216)
一 特征事实	(216)
二 理论分析	(219)
三 政策建议	(222)
第十五章 消费者的质量评价对经济增长具有预警作用	(225)
一 特征事实	(225)
二 理论分析	(231)
三 政策建议	(233)
第十六章 质量安全形势整体趋于稳定	(236)
一 特征事实	(236)
二 理论分析	(241)
三 政策建议	(243)

第十七章 我国环境质量呈现向好的趋势	(246)
一 特征事实	(246)
二 理论分析	(252)
三 政策建议	(259)
第十八章 产品质量不高依然对我国经济增长造成结构性拖累 ...	(261)
一 特征事实	(262)
二 理论分析	(267)
三 政策建议	(268)
第十九章 消费者质量知识能力拉低消费者质量素质整体水平 ...	(271)
一 特征事实	(272)
二 理论分析	(278)
三 政策建议	(280)
第二十章 环境质量状况影响区域质量评价	(285)
一 特征事实	(285)
二 理论分析	(291)
三 政策建议	(293)

附 录

附录 A 关键指标的区域排名	(299)
A1 全国各省关键指标排名 (省、自治区、直辖市)	(299)
A2 全国主要城市关键指标排名 (直辖市、副省级 城市、省会城市)	(316)
附录 B 2014 年质量观测调研实况	(334)
一 准备阶段	(335)
二 实施阶段	(336)
三 总结阶段	(338)
附录 C 2014 年宏观质量观测调查问卷	(340)
参考文献	(346)

第一篇

总 论

第一章 质量：经济新常态下的新动力

我国经济进入新常态以后，传统的经济增长要素动力在不断消减，劳动力的低成本优势随着“人口红利”的消失而逐渐丧失，资本的边际产出不断下降，而科技创新的成本不断上升，且由于其周期性和不确定性，难以面对我国已经到来的经济增长方式转型。如何在新常态下找到经济增长的新动力是我国经济面临的一个重大而紧迫的问题。《2013 年中国质量发展观测报告》已经作出了“微观产品质量将决定我国宏观经济增长质量”的总体判断，通过对 2014 年的数据尤其是连续三年的质量观测数据的分析，我们可以从数据上更加明确地验证这一理论假设。未来我国经济增长的主攻方向是从“速度时代”转向“质量时代”，更加注重提升经济的增长质量，质量能够成为经济增长的新动力，就是表现在其提升宏观经济增长质量上的关键性作用。宏观经济增长质量主要是指，经济总量即 GDP 的稳定可持续性增长、经济结构的不断优化、资源要素的投入产出效率不断提升以及社会福利水平的不断改善等方面，微观的产品（含服务）质量对经济增长质量的促进作用主要体现在其对经济增长质量四个方面的促进作用。

一 高质量消费成为我国消费需求增长的主体

我国整体需求环境的变化决定了质量提升将成为未来经济增长的根本动力之一。2015 年中央经济工作会议已经指出，我国经济增长呈现出新的阶段性特征：从消费需求来看，过去我国消费具有明显的模仿型、排浪式特征，原有的模仿型、排浪式消费阶段基本结束，个性化、多样化消费渐成主流。随着居民生活水平的提高，原有的填补空白式的消费热点需求已难以再出现，以最近一波的消费热点需求住房和汽车为例，其市场需求已经整体趋于下降。从住房市场来看，20 世纪末到 21 世纪初的 5 年间，

由于居民的居住需求的释放,我国的房地产市场呈现出一个爆发式增长的过程,增长幅度达到 50% 以上,其拉动了投资需求以及其上下游产业的发展,成为我国经济增长的重要动力,但从 2010 年以来,我国的商品房市场需求开始下降,销售面积与销售额均增长低迷,到 2014 年甚至出现了负增长(图 1-1),这表明住房的市场需求热点已经成为过去时。从汽车市场需求来看,也同样呈现出较为明显的下降趋势。从 2010 年开始,汽车的销售量增长主要是在 10% 以内,2013 年为 6.9%,而数年前这一增长率为 30%—40%,居民对于汽车的需求也从填补空白式的数量型满足需求开始转变为更高质量和功能的质量型需求。

另外,我国的质量型需求迅速增长,在成熟的产业领域里更高的品质、更多的产品性能不断地激发出新的市场需求。2014 年我国居民境外消费超过了 1 万亿美元^①,约占当年国内社会消费品零售总额的 23.7%。2014 年,我国消费品进口 9362.7 亿元,增长 14.9%,明显快于同期我国进口的总体增速,占同期我国进口总额的 7.8%。^②国内消费者越来越多地选择境外产品或到境外消费,有价差的原因,但更为主要的是商品的品质原因,大部分产品类型并不是国内不能生产而是其质量与国外相比还有较大差距,即使是价格的差异从根本上说也是消费者从性价比的角度衡量产品的质量水平不高的具体体现。

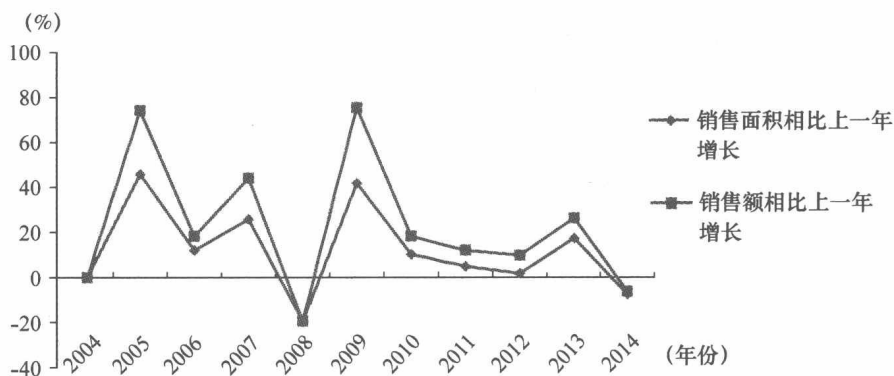


图 1-1 我国商品房销售面积与销售额增长率^③

① 资料来源：商务部部长高虎城 2015 年“两会”答记者问。

② 资料来源：国务院官方网站 (http://www.gov.cn/content_2803601.htm)。

③ 资料来源：国家统计局《中国统计年鉴(2014)》。

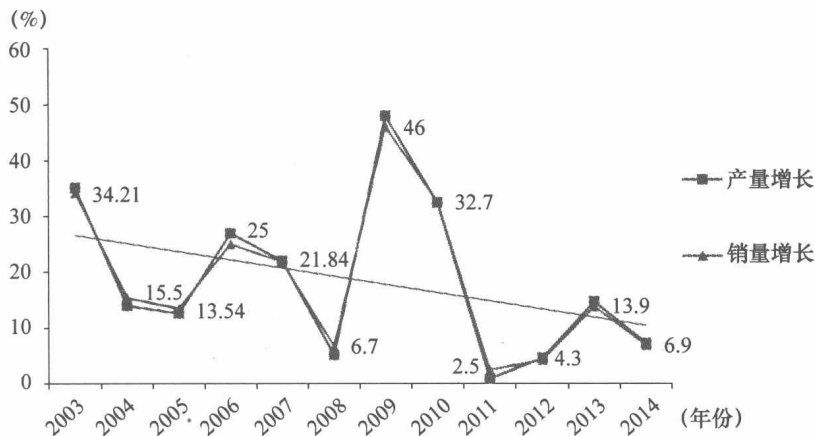


图 1-2 2003—2014 年我国汽车产量与销量增长状况^①

因而，一方面，我国市场需求中的“排浪式、模仿型”以及填补空白型的消费需求热点已难以再出现；另一方面，居民对于高质量的需求正在不断释放，未来驱动我国整个市场消费需求增长的动力将主要转移到产品和服务质量的提升上来。

二 质量安全性的波动阻碍了我国的需求释放

2014 年的质量观测数据显示，消费者对我国质量安全的评分为 62.75 分，与 2013 年的质量安全得分 65.89 分相比，下降了 3.14 分，其中，产品质量安全的得分连续两年排名最后，并且由 2013 年的 62.83 分下降到 2014 年的 59.17 分，已经低于及格线。安全性是消费者对产品质量的底线要求，其波动性会对人们的购买倾向造成较大的影响，并且已成为影响我国未来经济进一步增长的重要因素。

在互联网时代，随着信息传播的范围和速度的加快，质量安全所带来的影响往往会更加深远，甚至已经远远超过对人们生理所带来的伤害。当消费者对某一产品或某一行业产生不信任感时，消费者的需求就会受到极大的遏制，而随着跨境电子商务的发展，消费者将更多的消费需求转向海外。根据艾瑞咨询的调查，驱动消费者进行跨境网购的最主要因素就是品质保证，消

^① 资料来源：中国汽车工业协会统计信息网。

费者认为境外产品质量高于国内产品质量是驱使他们进行跨境网购的最主要原因，正是由于对国内产品质量的不信任，越来越多的国内消费者通过购买境外产品来满足自身的消费需求。2014 年质量观测数据显示，食品、化妆品和儿童用品是质量安全得分最低的三类产品，其中食品质量安全和化妆品得分分别为 57.97 分和 59.66 分，均在及格线以下，而儿童用品的得分仅为 60.88 分，刚刚超过及格线。据海关总署的统计，护肤美妆、婴幼儿食品、服饰、保健品、电子产品五类消费品是海淘族最热衷购买的商品，而奶粉、辅食等婴幼儿食品类的交易占总体交易的近 25%，成为海淘市场中最火爆的消费品。由此可见，消费者购买境外产品，并不是由于国内市场缺少相应的产品类型，而是消费者对国内产品质量失去了信心。质量安全事件一旦出现，受到影响的不仅是涉事企业，而且极有可能波及相关的行业或产业。以乳制品为例，从 2009—2013 年，我国乳制品进口一直保持 20% 以上的增幅，2013 年更是高达 37%。2014 年，在我国全年货物进口总额下降 0.6% 的情况下，我国进口乳制品同比再次增长了 17.9%。然而，就在 2014 年我国国内出现了鲜奶价格急剧下降，收购量大跌，从而大量奶农倒奶的现象，商务部的分析认为，倒奶现象的产生可能主要跟我国国内乳制品产业整体水平较低及消费者对国产乳制品信心不足有很大关系。

定量分析表明，产品质量安全性与 GDP 产出的弹性为 0.13，因而据此估算，由于我国产品质量安全性下降而带来的消费需求下降进而导致的 GDP 下降约为 0.48%，即 3052 亿元的 GDP 损失。

三 质量信号传递渠道不畅抑制了我国市场需求的增長

信息不对称是质量的根本特征，买卖双方质量信息的不对称会导致市场的消失，进而影响宏观经济增长。导致信息不对称的原因有产品质量本身的属性原因，但更为重要的是产品质量信息的传递渠道不通畅。我国具有质量需求的巨大潜力，但没有转变为促进经济增长的现实动力，主要原因就在于没有建立起符合消费者需求的质量信息传递机制和载体。在我国，面向消费者的质量信息主要是来自于政府机构的发布，来自于民间的社会第三方的质量信息提供机构还非常微弱，而政府提供的质量信息既无法在量上满足巨大的社会需求，也无法在质上得到消费者的信任（表 1-1）。

表 1-1 消费者对于政府质量信息提供的评价

一级指标	2014 年分值	2013 年分值	二级指标	2014 年分值
质量安全 预警与预防	57.74	57.95	政府对重大质量安全事件处理的及时性	59.09
			政府部门对质量违法者处罚的合理性	57.69
			政府对质量安全的预警效果	56.45
质量信息 提供	57.28	59.20	对政府所发布质量信息的信任程度	58.74
			政府所发布质量信息对消费的指导作用	57.50
			获得政府发布的质量参考信息的方便性	56.75
			政府对质量信息的公开性	56.71
			政府发布质量信息的及时性	56.67

在 2014 年的质量观测调查中,主要有两个方面体现消费者对政府质量信息提供的评价,一是质量安全事件的预警与防范,即政府部门对于重要的质量安全事件的提前预警以降低质量安全事件的损失;二是质量信息的提供,如对假冒产品的通报、召回等方面,从而使得消费者的消费决策更加合理。数据表明我国的质量安全事件预警以及质量信息提供两项指标的评价均在下降,分别从 2013 年的 57.95 分、59.20 分下降至 2014 年的 57.74 分、57.28 分,而这一下降已是在及格线之下发生的,这说明消费者对于政府提供质量信息的有效性评价确实在不断地恶化,政府单一的质量信息提供渠道与消费者不断增长的质量信息需求之间产生了巨大的差距,使得消费者的购买行为受到影响。具体而言,消费者对于政府质量信息的公开性与及时性尤其不满,真实的质量信号传递不到位,最终导致了消费者对于国内产品质量的不信任度增强。

使得质量信号传递不畅的制度原因又在于我国的标准管理体制落后于市场经济发展的需求。标准作为最重要的质量信号工具是市场交易得以顺利进行的重要前提,但标准要能够发挥这一作用就必须被消费者识别并运用于消费决策,目前我国的标准主要是以政府制定的标准为主,这一类标准仅能代表行业大多数企业都能达到的一般质量水平,企业仅能在其产品上标注政府制定的标准,能够按更高标准所生产的产品并不能在其产品上标注,这使得企业没有内在激励去生产更高质量的产品,消费者也无法识