

»» 现代商贸研究丛书

丛书主编：郑勇军

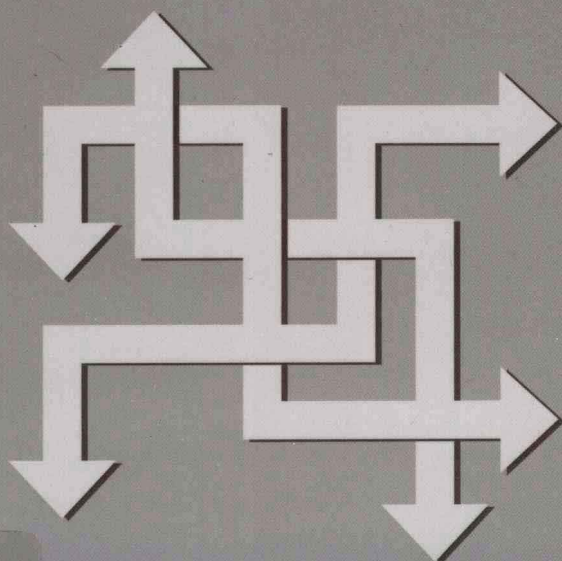


教育部省部共建人文社科重点研究基地

浙江工商大学现代商贸研究中心资助

关于扩大消费的 若干问题研究

荆林波 主编



经济科学出版社
ECONOMIC SCIENCE PRESS

现代商贸研究丛书

丛书主编：郑勇军

副主编：肖亮 陈宇峰

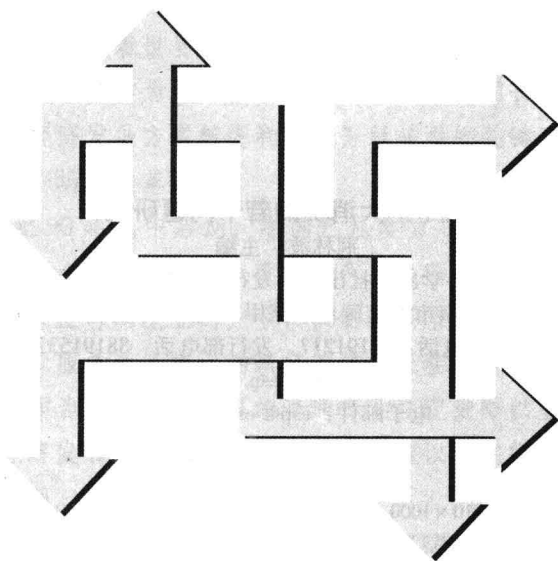


教育部省部共建人文社科重点研究基地

浙江工商大学现代商贸研究中心资助

关于扩大消费的 若干问题研究

荆林波 主编



经济科学出版社
ECONOMIC SCIENCE PRESS

图书在版编目 (CIP) 数据

关于扩大消费的若干问题研究/荆林波主编. —北京:
经济科学出版社, 2012. 12

ISBN 978 - 7 - 5141 - 2740 - 9

I. ①关… II. ①荆… III. ①消费水平 - 研究 - 中
国 IV. ①F126. 1

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2012) 第 286838 号

责任编辑: 柳 敏 于海汛

责任校对: 徐领柱

版式设计: 齐 杰

责任印制: 李 鹏

关于扩大消费的若干问题研究

荆林波 主编

经济科学出版社出版、发行 新华书店经销

社址: 北京市海淀区阜成路甲 28 号 邮编: 100142

总编部电话: 88191217 发行部电话: 88191537

网址: [www. esp. com. cn](http://www.esp.com.cn)

电子邮件: [esp@ esp. com. cn](mailto:esp@esp.com.cn)

汉德鼎印刷厂印刷

三河华玉装订厂装订

710 × 1000 16 开 19 印张 320000 字

2012 年 12 月第 1 版 2012 年 12 月第 1 次印刷

ISBN 978 - 7 - 5141 - 2740 - 9 定价: 38.00 元

(图书出现印装问题, 本社负责调换。电话: 88191502)

(版权所有 翻印必究)

总 序

随着经济全球化和信息化的快速推进，全球市场环境发生了深刻的变化。产能的全球性过剩和市场竞争日趋激烈，世界经济出现了“制造商品相对容易，销售商品相对较难”的买方市场现象。这标志着世界经济发展开始进入销售网络为王时代，世界产业控制权从制造环境向流通环境转移，商品增加值在产业链上的分布格局正在发生重大变化，即制造环节创造的增加值持续下降，而处在制造环节两端——商品流通和研发环节所创造的增加值却不断地增加。流通业作为国民经济支柱产业和先导产业，已成为一国或一个地区产业竞争力的核心组成部分。在全球化和信息化推动下的新一轮流通革命，引领着经济社会的创新，推动着财富的增长，正在广泛而深刻地改变着世界经济的面貌。

世界经济如此，作为第二大经济体和全球经济增长火车头的中国更是如此。正处在经济发展方式转变和产业升级转型的关键时期和艰难时期的中国迫切需要一场流通革命。

在 20 世纪 90 年代中后期，中国已从卖方市场时代进入买方市场时代。正如一江春水向东流一样，卖方时代一去不复返。买方市场时代的到来正在重塑服务业与制造业的关系，以制造环节为核心的经济体系趋向分崩瓦解，一种以服务业为核心的新经济体系正在孕育和成长。在这一经济转型的初期，作为服务业主力军的流通产业注定被委以重任，对中国经济发展特别是经济发展方式转变、产业升级转型以及内需主导型经济增长发挥关键性的作用。

中国经济的国际竞争优势巩固需要一场流通革命。随着中国经济发展进入工业化中期、沿海发达地区进入工业化中后期，制造业服务化将是大势所趋，未来产业国际竞争的主战场不在制造环节，而是在流通环节和研发设计。谁占领了流通中心和研发中心的地位，谁就拥有产业控制权和产

业链中的高附加值环节的地位。改革开放以来，我国制造业发展取得了举世瞩目的成就，在国际竞争中表现出拥有较强的价格竞争优势和规模优势，但流通现代化和国际化明显滞后于制造业，物流成本和商务成本过高已严重制约我国产品价格的国际竞争优势。随着我国土地、工资和环保等成本上升，制造成本呈现出刚性甚至持续上升的趋势已大势所趋。如何通过提高流通效率和降低流通成本，继续维持我国产品国际竞争的价格优势，将会成为我国提升国家竞争优势的重大的战略选择。

中国发展方式转变和产业升级需要一场流通革命。中国经济能否冲出“拉美式的中等收入陷阱”继续高歌前行，能否走出低端制造泥潭踏上可持续发展的康庄大道，能否激活内需摆脱过度依赖投资和出口的困局，关键取决于能够通过一场流通革命建立一套高效、具有国际竞争力的现代流通体系，把品牌和销售网络紧紧地掌控在中国人手中，让中国产品在国内外市场中交易成本更低，渠道更畅，附加值更高。

中国社会和谐稳定需要一场流通革命。流通不仅能够吸纳大量的就业人口，还事关生活必需品供应稳定、质量安全等重大民生问题。目前，最令老百姓忍无可忍的莫过于食品安全问题。中国市场之所以乱象丛生，与中国流通体系的组织化程度低、业态层次低，经营管理低效和竞争秩序混乱不无关系。中国迫切需要一场流通革命重塑流通体系。

令人遗憾的是，尽管流通业作为国民经济支柱产业和先导产业的地位将会越来越突出，但中国学术界和政府界却依然以老思维看待流通，几千年来忽视流通，轻视流通的“老传统”依然弥漫在中国的各个角落。改革开放以来我国形成了重工业轻流通、重外贸轻内贸的现象没有得到明显改观。

中国需要一场流通革命，理论界需要走在这场革命的前列。这就是我们组织出版这套丛书的缘由。

浙江工商大学现代商贸研究中心（以下简称“中心”）正式成立于2004年9月，同年11月获准成为教育部人文社会科学重点研究基地，是我国高校中唯一的研究商贸流通的人文社科重点研究基地。成立7年以来，中心紧紧围绕将中心建设成为国内一流的现代商贸科研基地、学术交流基地、信息资料基地、人才培养基地、咨询服务基地这一总体目标，开展了一系列卓有成效的工作。目前，中心设有“五所一中心”即：流通理论与政策研究所、流通现代化研究所、电子商务与现代物流研究所、国

际贸易研究所、区域金融与现代商贸业研究所和鲍莫尔创新研究中心。中心拥有校内专兼职研究员 55 人，其中 50 人具有高级技术职称。

成立 7 年以来，中心在流通产业运行机理与规制政策、专业市场制度与流通现代化、商贸统计与价格指数、零售企业电子商务平台建设与信息化管理等研究方向上取得了丰硕的科研成果，走在了全国前列。在最近一次教育部组织的基地评估中，中心评估成绩位列全国 16 个省部共建人文社会科学重点研究基地第一名。

我们衷心希望由浙江工商大学现代商贸研究中心组织出版的现代商贸研究丛书，能够起到交流流通研究信息，创新流通理论的作用，为我国流通理论发展尽一份绵薄之力。

郑勇军

浙江工商大学现代商贸研究中心主任

2011 年 12 月 6 日

前言

本书是中国社会科学院重点课题——《“十二五”期间扩大消费若干重大问题及政策研究》的最后成果，我们认为，中国的消费率低并且存在着低估的问题，而一个国家的消费政策包含着宏观消费政策、微观消费政策。其中宏观消费政策包括财税政策、货币政策、价格政策；微观消费政策包括消费引导、消费教育、消费信用、消费者权益保护等。

一、近年我国促进消费相关政策及落实情况

（一）扩大居民家电、汽车、住房等领域消费

2007年到2011年，国家促进消费的政策重点在于扩大居民在家电、汽车、住房等热点领域的消费，这些政策措施对释放消费潜力、拉动消费、促进消费结构升级发挥了显著作用。具体政策包括：

1. 家电、汽车、摩托车下乡政策。

从2007年12月开始，山东、河南、四川3省进行了财政补贴家电下乡产品试点工作，对3省农民购买彩电、电冰箱、手机3类产品，比照出口退税率，给予销售价格13%的财政补贴，以达到激活农民购买能力、拉动农村消费，帮助农民改善生活质量，同时促进家电行业健康发展的目标。从2009年2月1日起，家电下乡在原来14个省市的基础上，开始向全国推广，产品也从过去的4个增加到8个，除了之前推出的“彩电、冰箱、手机、洗衣机”之外，又新增了摩托车、电脑、热水器和空调。2010年3月29日，财政部和商务部日前印发了《新增家电下乡补贴品种实施方案》。试点的三省一市执行到2011年11月底，其他省、自治区、直辖市、计划单列市执行到2012年11月底。

2009年3月，财政部会同国家发展改革委、工业和信息化部、公安部、商务部、工商总局和质检总局，发布了《汽车摩托车下乡实施方

案》，对农民新购汽车、摩托车给予财政补贴，汽车下乡政策的实施时间为2009年3月1日至2009年12月31日，摩托车下乡政策的实施时间为2009年2月1日至2013年1月31日。

家电下乡政策2007年实施以来，已经收到了良好的效果，家电下乡政策明显带动了农村地区家电销售的增长，为拉动农村消费需求、改善农民生活水平发挥了积极作用。2011年，全国家电下乡产品销售1.03亿台，实现销售额2641亿元，同比分别增长34.5%和53.1%。截至2011年末，全国累计销售家电下乡产品2.18亿台，实现销售额5059亿元，发放补贴592.2亿元^①。农村市场目前正进入消费环境加快改善、需求结构快速升级的黄金时期，广大农民的消费潜力正在逐步释放。

2. 汽车、家电以旧换新政策。

在全面实施家电下乡和汽车、摩托车下乡的同时，2009年5月份，国家又出台了汽车、家电以旧换新的政策，主要对汽车、电视机、电冰箱、洗衣机、空调、电脑等产品以旧换新给予一定补贴。按照国务院决策，中央财政2009年安排了70亿元资金，用于2009年6月1日至2010年5月31日鼓励汽车家电以旧换新。河北、山西、辽宁、吉林、黑龙江、安徽、福建、江西、河南、湖北、湖南、重庆、四川、贵州、陕西、甘肃、青海等省（市）从2010年6月1日起开始实施家电以旧换新政策。自2010年6月1日起，结合各地区旧家电拆解处理能力等条件，家电以旧换新政策逐步推广到全国范围内实施，截止时间为2011年12月31日。

这些政策将有助于释放城镇中等收入水平消费者的消费需求，引导购买高能效的节能产品，促进相关产品消费增长。众多家电企业也受益于此项政策。商务部最新统计数据显示，2011年全国家电以旧换新共销售五大类新家电9248万台，拉动直接消费3420多亿元^②，有效引导了城镇居民消费能力的释放。2009年至2011年，中央财政累计向各地预拨家电以旧换新补贴资金约300亿元。据家电及有关资源利用协会估算，服务于家电以旧换新的从业人员达40多万人，其中约70%以上是农民工和城市下

① 中国经济网，http://finance.ce.cn/rolling/201201/13/t20120113_16704415.shtml，2012年1月13日

② 中国经济网，http://finance.ce.cn/rolling/201201/09/t20120109_16701526.shtml，2012年1月9日

岗人员，有效扩大了就业。

3. 节能产品惠民工程。

“节能产品惠民工程”是国家发改委、工信部、财政部联合发布的旨在推进节能减排的战略，指通过财政补贴方式对能效等级1级或2级以上的十大类高效节能产品进行推广应用，包括已经实施的高效照明产品、节能与新能源汽车，实现扩内需、保增长与调结构的有机结合。为节约推广成本，提高推广效率，方便消费者，有利加强监管，这一工程采取间接补贴方式，对高效节能产品生产企业给予补助，由生产企业按承诺推广价格减去财政补助后的价格销售高效节能产品给消费者和用户，最终受益人是消费者和用户。

国务院总理温家宝2012年5月16日主持召开国务院常务会议，讨论通过《国家基本公共服务体系“十二五”规划》，研究确定促进节能家电等产品消费的政策措施。决定安排财政补贴265亿元，启动推广符合节能标准的空调、平板电视、电冰箱、洗衣机和热水器，推广期限暂定一年；安排22亿元支持推广节能灯和LED灯；安排60亿元支持推广1.6升及以下排量节能汽车；安排16亿元支持推广高效电机。

2009年启动的“节能产品惠民工程”，在扩大消费需求的同时，推动了产业升级，也为消费者带来实惠。采取财政补贴政策推广高效节能产品，每年可拉动需求4000亿—5000亿元。消费者和用户节省高效节能产品购买费用700多亿元，产品寿命周期内节省电（油）费1300多亿元^①。

这项政策和汽车下乡、家电下乡政策一起构成了扩大汽车和家电消费的政策体系，通过财政补贴这项政策工具促进消费，可以有效地发挥财政政策的乘数效应，进一步扩大消费需求，促进节能减排，发展循环经济。

4. 车辆购置税优惠政策。

车辆购置税优惠政策有效带动了汽车生产和销售。为稳定和扩大汽车消费需求，推动汽车产业健康发展，国家出台了车辆购置税减征政策，即对车辆2009年1月1日至12月31日购置的1.6升及以下排量乘用车，减按5%的税率征收车辆购置税。该政策后延长至2011年底，并调整为减按7.5%征收车辆购置税。这一积极的汽车消费政策极大地促进了汽车销售，并带动汽车生产回升和增长，推动汽车产业平稳发展。

^① 发改委，http://www.sdpc.gov.cn/xwfb/t20090521_280643.htm，2009年5月21日

5. 住房购置优惠政策。

为刺激居民的住房消费，国家对居民首次购买普通自住和改善性住房，实施降低贷款利率和首付款比例、减免住房交易环节税费等优惠政策，鼓励合理的住房消费。

（二）提高居民消费能力

继续加大强农惠农政策力度，大幅增加粮食直补等四项涉农补贴的资金规模，大幅提高主要粮食品种最低收购价格，适时增加主要农产品收储，积极支持返乡农民工自主创业，加大对农村劳动力培训力度，千方百计促进农民增收。

严格实施最低工资制度，引导企业特别是国有企业努力做到不裁员、不减薪、不欠薪，完善工资支付保障机制，推进事业单位绩效工资制度改革。

努力提高城镇中低收入者收入，上调企业退休人员基本养老金平均水平，并提高城乡低保补助水平及部分优抚对象抚恤和生活补助标准。

加大社会救助和扶贫攻坚力度，稳步增加城乡居民特别是低收入群众收入。增加涉农补贴，合理提高主要粮食品种最低收购价，促进农民持续增收。

减轻居民税负，提高居民收入。2011年9月1日开始，国家将个人所得税工薪所得减除费用标准由2000元/月提高到3500元/月并调整税率结构，此举降低了中低收入者的税负。统计显示，受此影响我国个人所得税月均减少138亿元，改革实施4个月共减轻居民负担550亿元^①。

（三）促进流通业发展

流通业直接联系生产与消费，对消费有长效而根本的推动作用。降低流通成本对稳定物价、促进消费至关重要。2010年以来，我国对国内贸易的重视程度逐渐加大，相关政策密集出台。

为进一步发挥网络购物在拉动内需、扩大消费中的积极作用，商务部2010年6月24日发布了关于促进网络购物健康发展的指导意见。主要目标是完善服务与管理体制，健全法律与标准体系，改善交易环境，培育市场主体，拓宽网络购物领域，规范交易行为，推进网络购物发展，满足消

^① 财政部，http://www.mof.gov.cn/zhengwuxinxi/caizhengxinwen/201203/t20120306_633204.html，2012年3月6日

费者需要，力争到“十二五”期末网络购物交易额达到我国社会消费品零售总额的5%，部分电子商务发展起步较早的地区达到10%左右。

2011年12月19日，中国政府网公布《国务院办公厅关于加强鲜活农产品流通体系建设的意见》。商务部发布多个文件规范扶持国内贸易的发展，其中包括《商贸物流发展专项规划》，还有关于药品、农产品、生产资料、汽车等领域的流通业指导意见，以及关于促进电子商务、融资租赁业、典当业等行业的发展指导意见；此外，商务部还发布了加快肉类蔬菜流通追溯体系建设、加强商务领域信用建设的指导意见，并联合发改委等四部门联合开展清理整顿大型零售企业向供应商违规收费工作。

2011年10月25日，商务部、财政部和中国人民银行联合下发《关于“十二五”时期做好扩大消费工作的意见》。商务部明确表示商贸领域扩大消费重点是构建现代商贸流通体系。财政部门将加大支持力度，强化财政资金的引导作用，银行业金融机构将加大对商贸流通企业的信贷支持力度。

二、促进我国消费的政策建议

刺激家电、房产和汽车消费的优惠措施对过去的短期消费增长起到了显著的促进作用，推动经济增长模式的转变，继续扩大消费需要长期的政策支持，提高居民消费能力是促进消费长期增长的关键。扩大消费政策主要包括消费能力、消费环境、消费政策这三个层次，具体包括优化消费环境，便利消费；培育新的消费热点，引导消费；积极发展消费信贷，创造消费；促进消费升级，提升消费；而最根本在于：切实提高居民收入，保障消费。

1. 优化消费环境，便利消费。

进一步改善消费环境，让消费者便利消费。继续完善城乡流通体系，推动发展现代流通方式，加强商业网点和电子商务建设，减少消费者受时间和空间的制约。进一步改善农村和落后地区的基础设施建设，进一步完善农村流通网络。要发展现代流通方式，促进产销直接对接，降低流通成本，促进实惠消费。进一步清理限制消费的行政性措施，保障消费者自由选择消费的权力。2011年，商务部等部委已经出台一系列着力于降低流通成本的政策，包括取消农产品流通环节增值税、整顿零售商违规收费、降低物流环节成本等等。

2. 培育新的消费热点，引导消费。

家电下乡、节能补贴、以旧换新等政策对提振消费、拉动内需发挥了重要作用，但上述消费刺激政策陆续到期。因此，后续还需要出台相关的刺激性政策保持消费的稳定，对此，建议根据我国经济结构调整的需要，并结合社会零售品销售情况，考虑新的替代品如环保产品、绿色低碳产品，利用财政、税收、补偿、金融等机制引导公众扩大低碳消费需求，培育新的消费热点。商务部目前正积极支持地方进行家具以旧换新的试点。

3. 发展消费信贷，创造消费。

合理发展消费信贷，促进潜在消费能力释放。消费信贷能够优化居民的跨期消费选择，促进潜在消费能力提前释放。鼓励商业银行和其他金融机构在有效控制风险的前提下，结合已经出台的促进消费的政策，开发多样化的消费信贷产品。探索加快发展居民一般用途个人消费贷款，采取降低准入门槛和实行利率优惠等措施。

4. 促进消费升级，提升消费。

消费的持续稳定增长还需要消费结构的升级转换。我国正处于消费结构快速升级的阶段。前期促进消费政策的重点都放在实体商品上，下一步可以考虑扩大到服务领域，养老、家政、物业、医疗保健、休闲、文化、旅游、健身等服务消费在我国还有很大的增长空间。制约居民服务消费的瓶颈主要有两点，一是服务供给不足，第二是服务价格过高。要改革完善现有管理方式，大力发展服务业，扩大市场准入和服务供给，加强市场监管，积极引导消费者扩大服务消费，并相应在休假安排等制度方面予以配合。

5. 提高居民收入，保障消费。

收入是消费的前提。扩大消费，短期靠政策创新，长期还需要推进收入分配改革，完善社会保障制度。“十八大”报告提出“两个倍增”，所谓两个倍增是指“转变经济发展方式，在发展平衡性、协调性、可持续性明显增强的基础上，实现国内生产总值倍增和城乡居民人均收入比2010年翻一番”。

我们认为，在经历了30多年的改革开放之后，中国经济将进入一个新的经济转型阶段，在这个经济转型时期，必须处理好“做大蛋糕”与“分好蛋糕”的关系，而第一个倍增——国内生产总值倍增是“做大蛋糕”，第二个倍增则侧重于“分好蛋糕”，即处理好效率与公平的关系，

由过去的重视“效率”到更多地兼顾“公平”，旗帜鲜明地提出关注“做大蛋糕”之后如何在国家、企业乃至城乡居民之间的“分蛋糕”的核心问题。人力资源和社会保障部劳动工资研究所发布的《2011 中国薪酬报告》显示，2011 年我国公共财政收入增长 24.8%，增幅是农村居民人均纯收入名义的 1.39 倍，是城镇居民人均可支配收入的 1.76 倍，而同期企业收入增长幅度为 20% 左右，也远高于居民收入。总之，近年来我国居民收入增长远远低于企业收入和财政收入的增长，使得居民收入占国民收入相对比重不升反降。

新中国成立后，社会主义的分配制度是“各尽所能、按劳分配”，“公平”是当时的首要法则。改革开放以来，针对当时绝对平均主义的“大锅饭”，邓小平旗帜鲜明地提出：“贫穷不是社会主义”、“打破平均主义，允许和鼓励一部分人先富起来，先富带动后富”。我们开始过多地重视经济的发展速度，在某些地方存在着较为严重的 GDP 为纲，长期把“效率”放在首要位置，长而久之，“公平”失效，收入分配不公平现象将会越来越严重。中国的贫富悬殊有多大呢？

我们可以看看定量测定收入分配差异程度最有代表的指标——基尼系数。按照联合国有关组织规定：基尼系数若低于 0.2 表示收入绝对平均；0.2~0.3 表示比较平均；0.3~0.4 表示相对合理；0.4~0.5 表示收入差距较大；0.5 以上表示收入差距悬殊。国家统计局在 2000 年公布了中国的基尼系数 0.412 之后，说明我国已经进入收入差距较大的国家行列。之后的十多年，国家统计局一直没有公开新的基尼系数数据，只是在《中国全面建设小康社会进程统计监测报告（2011）》中明确指出：“2010 年的基尼系数略高于 2000 年的 0.412，实现程度为 79.8%。”

为此，不同的学术机构试图探求我们的基尼系数水平。比如，中国发展研究基金会发布的《转折期的中国收入分配》指出，中国居民总体收入基尼系数从 2001 年的 0.45 左右上升到 2007 年的 0.48，因为 2007 年之后，没有代表性的全国收入调查数据，现在无法测算新的基尼系数。而如今，我国的基尼系数已经远高于 0.5，已跨入收入差距悬殊国家的行列，财富分配非常不均，极易出现社会动荡。

“两个倍增”意味着必须处理好城乡收入的关系。我们可以先看看我国城乡居民的收入比。早在 2005 年，国际劳工组织的数据显示，绝大多数国家的城乡人均收入比都小于 1.6，只有三个国家超过了 2，我国在

1978 年先进行了农村土地承包制改革，较大提高了农民的收入，我国的城乡收入比一度曾经下降到 2 以内，但是，随着 1984 年城市的经济体制改革的展开，城乡收入比再次被拉大，目前我国城乡居民收入比达到 3.3 倍甚至更高。因此，要解决好作为全党工作重中之重的“三农”问题，必须通过城乡发展一体化，大力统筹城乡发展力度，增强农村发展活力，逐步缩小城乡差距，促进城乡共同繁荣。

“两个倍增”意味着必须处理好各阶层的关系：提低、扩中与控高——提高低收入人群的收入，扩大中产阶层的队伍，控制高收入人群的收入。世界银行曾经发布了一份数据报告，最高收入的 20% 人口的平均收入和最低收入 20% 人口的平均收入，这两个数字的比在日本只有 3.4 倍，俄罗斯是 4.5 倍，印度是 4.9 倍，美国是 8.4 倍，而我国却突破了 10 倍，为 10.7 倍。如果对比收入最高 10% 人群和收入最低 10% 人群的收入差距，北京师范大学收入分配与贫困研究中心认为我国的收入差距水平已经从 1988 年的 7.3 倍上升到 2007 年的 23 倍。同时，我国的先富起来的一部分人已经进入全球最富的阶层，以瑞信研究院发布的 2012 年度《全球财富报告》显示，亚太区到 2012 年年中已取代欧洲成为全球最富裕的地区，目前我国已有 4700 名超高净值人士（个人资产净值超过 5000 万美元），仅次于美国。根据预计，我国将在 2017 年超越日本成为全球排名第二的富有国家。而再看看我国的贫困人口状况，2008 年以前中国政府设定两个扶贫标准，即低收入标准和绝对贫困标准。1986 年的绝对贫困标准为 206 元，2007 年为 785 元；2000 年的低收入标准为 865 元，2007 年底为 1067 元。2008 年，低收入标准和绝对贫困标准合二为一，统一使用 1067 元作为国家扶贫标准。2009 年，中国国家扶贫标准上调至 1196 元，2010 年随 CPI 上涨而再上调至 1274 元，2011 年进一步大幅上调国家扶贫标准线升到农民人均纯收入 2300 元（以 2010 年不变价格计算）。按照最新的标准线统计，全国贫困人口数量和覆盖面由 2010 年的 2688 万人扩大至 1.28 亿人，占农村总人口的 13.4%，占全国总人口（除港澳台地区外）的近 1/10。这些都从不同侧面说明我们的两极分化已经非常严重。所以，必须采取有效措施，缩小不同阶层收入分配的差距，持续扩大中等收入群体，大幅减少扶贫对象，尤其是“要推动实现更高质量的就业”，要改进最低工资制度，要建立企业职工工资正常增长机制。

“两个倍增”意味着必须处理好收入差距与财富差距的关系。要实现

“两个倍增”目标，我们不仅仅要进行初次分配的收入分配调节，而且要对二次分配的财富分配进行调节。一般而言，贫富差距包括收入差距和财富差距两个方面，收入差距是一种即时性差距，是对社会成员之间年收入的比较；财富差距则是一种累积性差距，是社会成员之间物质资产和金融资产的对比。当前，中国财富分配失衡的程度要远远大于收入分配的失衡。中国财富向富人的集中度正以年均 12.3% 的加速度增长，是全球平均增速的两倍。所以，必须提高劳动报酬比重，扭转初次分配失衡；打破垄断，缩小行业间分配差距^①；要强化税收对贫富差距的调节机制。而更为重要的是要通过财政支出的扩大提高社会整体的福利水平。政府和社会要提供更完善的社会保障体系，通过各种公共产品的服务，弥补贫富差距所带来的负面效应。

“两个倍增”意味着我们将协调投资与消费的关系，即由投资主导型经济转向消费主导型经济。传统的经济增长方式是先建设后消费，传统的经济发展模式是先储蓄后投资，传统的经济发展动力是依靠政府投资拉动经济，政府为了扩大投资规模竭泽而渔。长期以来，我们的消费率持续下降，转变经济发展方式意味着必须从过多地依赖投资转向依靠消费，过多地依靠外需转向依靠内需。这个转型对于探索中国发展新道路、产业结构调整、扩大国内消费等都具有重要的现实意义。

总之，要促进消费，实现“两个倍增”，就必须关注收入分配，实现发展成果由人民共享，必须深化收入分配制度改革，努力实现“两个同步”——居民收入增长和经济发展同步、劳动报酬增长和劳动生产率提高同步，要提高“两个比重”——提高居民收入在国民收入分配中的比重、提高劳动报酬在初次分配中的比重。正确处理效率和公平的关系，就要坚持落实效率优先、兼顾公平的原则，在初次分配和再分配都要兼顾效率与公平，再分配更加注重公平，既要发挥市场的调节作用，创造公平的竞争环境，实现机会均等，也要重视政府对收入分配的调节作用。如果过去 30 年，我国的经济发展享受了改革开放带来的全球化红利、市场化红利和劳动力与环境要素的低成本红利，那么，未来我国的经济将依靠进一步的改革，尤其是分配制度改革让更多的人享受改革的红利。为此，必须

^① 有关研究表明：行业之间职工工资差距也很明显，最高的与最低的相差 15 倍左右；上市国企高管与一线职工的收入差距在 18 倍左右，国有企业高管与社会平均工资相差 128 倍。

加快国民收入分配格局调整,进一步减轻居民税收负担,培育壮大中等收入阶层,增强其消费能力和消费意愿,使之成为消费稳定增长的主力。加快完善社会保障体系,继续提高社会保障支出的比重,稳定并改善居民的消费预期。继续通过各种方式加快完善社会保障体系建设,扩大基本养老保险、基本医疗、失业、工伤等社会保险覆盖面,解除消费者的后顾之忧,稳定消费预期,提高消费者信心。

三、本书作者及其感谢

本课题负责人是荆林波研究员,课题组顾问成员:宋则研究员、王诚庆研究员、冯雷研究员、于立新研究员、张群群研究员。

荆林波负责整个课题的设计与实施,先后在学术期刊与内参上撰写了多篇成果,并且对全书书稿进行了整体设计。本书集中展示的是财经院年轻队伍的研究,执行主编王雪峰博士和刘波博士分别对课题组后期和前期的成果进行了有效整理,书稿各章作者:第一章和第二章:王雪峰博士;第三章袁平红博士后、王雪峰;第四章刘波博士、张莹博士后;第五章徐健副教授、博士后;第六章徐振宇副教授、博士后;第七章张雄辉博士后;专题一:依邵华流通研究室主任、聂新伟博士生;专题二:盛逖副研究员;专题三:张学江博士;专题四:金准博士。张颖熙博士参与了服务消费的研究,甄宇鹏经济师参与了国际对比研究,李立威博士生参与了消费政策的研究,彭磊副研究员、赵京桥助理研究员参与了汽车消费、餐饮消费等研究。重庆邮电大学的荆文君硕士生、澳大利亚悉尼大学商学院王子豪、中国人民大学的李梦媛、首都师范大学的李丁一、吉林大学的珠海学院的王语嫣等参加了相关子课题的调研以及香港的培训项目。

课题组感谢中国社会科学院科研局、经济学部的指导,感谢中国社会科学院财经战略研究院领导与同事的鼎力支持,感谢浙江工商大学张仁寿校长、郑勇军主任的指导,感谢同行学者的帮助——尤其是评审阶段的宝贵意见,他们是:郭冬乐、王晋卿、刘海飞、柳思维、马龙龙、王晓东、庞毅、洪涛、陈立平等等;感谢商务部、发改委、科技部、工信部有关分局的协作,感谢经济科学出版社吕萍总编辑和于海汛编辑、齐杰、李鹏等的热情帮助。

课题组感谢教育部省部共建人文社会科学重点研究基地浙江工商大学现代商贸研究中心“中国生产性服务业发展报告”项目以及“未来二十

年中国流通产业发展战略——若干重大问题及政策研究”（10JJD790023）项目、国家社科重点项目“健全现代文化市场体系研究”（12AZD019）与中国社会科学院创新工程“中国中长期贸易战略研究”项目的资助！

感谢的人实在太多，这里肯定有遗漏，敬请原谅，但是，最不能遗漏的是我们的家人。我们课题组所有成员之所以有今天，每个人的背后都有一个强大的家庭作为后盾。这里我要说说我的家人之恩：我的父亲母亲哥哥姐姐长期为我操心，特别是：我的岳母操持过度而早逝，成为我心中永远的遗憾，而今，我的岳父仍然一如既往地支持我们，我心中无以报答，只有更加努力。我的爱人无时无刻地提醒我、鞭策我，我的小儿子润润则带给我无限的快乐。我无比享受与家人在一起的一分一秒！

我庆幸自己生活在一个伟大变革的时代，而更加珍惜这个时代给予我的无限恩赐，我坚信我们的研究之路会越走越宽，中国的未来经济学大师必然出自于关注中国消费理论与现实的学者，让我们拭目以待！

主编荆林波

2012年岁末