



经济管理学术文库·管理类

我国消费率偏低的心理与社会成因及对策研究

The Psychological and Social Causes of Low
Consumption Rate in China

江 林 / 著



经济管理出版社
ECONOMY & MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE

本书的出版由国家社会科学基金项目“影响我国消费率偏低的心理与社会因素及对策研究”(项目编号: 11BJY118)资助



经济管理学术文库·管理类

我国消费率偏低的心理与社会成因及对策研究

The Psychological and Social Causes of Low
Consumption Rate in China

江 林 / 著



经济管理出版社
ECONOMY & MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE

图书在版编目 (CIP) 数据

我国消费率偏低的心理与社会成因及对策研究/江林著. —北京: 经济管理出版社, 2016.8
ISBN 978-7-5096-4573-4

I. ①我… II. ①江… III. ①消费心理—研究—中国 IV. ①F723.5

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2016) 第 204320 号

组稿编辑: 杨 雪
责任编辑: 许 艳
责任印制: 司东翔
责任校对: 王 森

出版发行: 经济管理出版社
(北京市海淀区北蜂窝 8 号中雅大厦 A 座 11 层 100038)

网 址: www.E-mp.com.cn

电 话: (010) 51915602

印 刷: 北京九州迅驰传媒文化有限公司

经 销: 新华书店

开 本: 720mm×1000mm/16

印 张: 23.25

字 数: 443 千字

版 次: 2016 年 11 月第 1 版 2016 年 11 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 978-7-5096-4573-4

定 价: 69.00 元

·版权所有 翻印必究·

凡购本社图书, 如有印装错误, 由本社读者服务部负责调换。

联系地址: 北京阜外月坛北小街 2 号

电话: (010) 68022974 邮编: 100836

前言

进入 21 世纪以来,中国经济快速增长的主要动力由投资推动逐渐转向消费需求拉动,消费对经济增长的贡献日益显著。如何建立起扩大消费需求的长效机制,释放居民消费潜力,成为我国经济发展的一项主导型战略和长期国策。然而长期以来,我国却呈现出消费增长乏力、内需不足的局面,直接表现为消费率严重偏低并持续走低。我国消费率远远低于世界平均水平。例如,2003~2007 年,我国消费率平均为 53.64%,2008~2011 年平均为 49.67%,2012~2014 年平均为 49.88%;而同一时期,世界平均消费率一直高于 75%。消费率长期偏低的状况不利于我国经济增长方式的转变和国民经济的持续稳定健康发展,也极大地制约了人民生活水平的提高和消费结构的升级。

近年来,国内学者从居民收入、经济政策、社会保障、供求结构、价格、市场秩序等经济学视角对消费率长期偏低的原因及解决路径进行了大量的研究,然而,这些研究多立足于宏观层面,对影响居民个体消费的微观因素重视不够,也缺乏基于消费行为学、心理学、社会学等多学科角度的综合分析。这一研究现状阻碍了对我国消费率偏低的深层次原因的理论探索,也使得政府近年来刺激消费、扩大内需的宏观调控政策未能充分发挥应有的效应,消费率持续走低的状况迟迟得不到改善。因此,如何尽快且有效地扭转消费率偏低的状况,已成为我国当前亟待解决的重大理论和现实问题。

本书采用宏微观相结合、实证分析与质性分析相结合的研究范式,以居民个体消费作为切入点,从居民消费心理角度深入研究个体心理、群体心理、社会文化和政策等多种因素对居民消费意愿的影响作用。本书认为,居民消费率的低位徘徊是抑制消费率上升的直接原因,而消费意愿是影响居民消费率的直接、首要的心理因素。居民消费意愿是一个复杂而综合的心理概念,本书基于焦点小组访谈分析将其概念化为三个维度,即消费数量意愿、消费时间偏好和消费档次选择。同时,通过文献研究、理论分析和深度访谈研究,本书构建了影响消费率的宏微观心理机制的综合性理论分析框架,并进一步提出了影响居民消费意愿的心理及社会文化因素的实证研究模型。

在实地调查中,我们采用纸质问卷和 Qualtrics 在线调查相结合的方式进行大



规模数据收集,并通过描述性统计分析、因子分析、回归分析、多元回归模型、虚拟变量回归模型、方差分析等实证分析技术,对心理因素各变量、社会文化因素各变量以及政府相关政策与居民消费意愿的影响关系进行验证。在此基础上,本书还进一步构建、验证了一些关键心理变量和社会文化变量对消费意愿交互作用的子模型,从而更深入地揭示了影响居民消费意愿的内在心理机制。另外,本书还从性别、年龄、收入、受教育水平、地域等人口统计特征方面对居民优先考虑增加和减少的消费类别支出意愿进行了细致分析,指出了我国居民消费意愿基于人口统计特征的差异性和特殊性。

基于相关实证分析结论,本书从居民个性的开放性不足,主观消费知识水平偏低,消费预期的不确定,消费信任缺失,传统生活方式制约,参照群体影响的抑制,心理账户特征的掣肘,部分家庭较重的财务压力,社会阶层感知偏差,消费政策的不足以及居民在住房、医疗和教育消费领域的刚性特点等方面,全面解析了导致居民消费意愿不足及消费率偏低的心理和社会成因。同时,借鉴世界发达国家和发展中国家在刺激消费、扩大内需方面的成功经验与做法,本书从改变居民消费心理的角度,提出增强居民消费意愿、提升我国消费率水平的政策建议和对策措施。

本书的创新性主要体现在四个方面:①突破了从宏观层面和经济学角度研究消费率的传统思路与局限,开辟了从居民消费心理角度剖析我国消费率偏低问题的宏微观相结合的新范式、新视角;②将影响消费率的宏微观因素及心理机制系统化,首次构建了导致我国消费率偏低的心理因素及社会文化因素的综合性理论分析框架;③基于实证研究结论全面解析了导致我国居民消费意愿不足和消费率偏低的心理与社会成因,填补了从心理与社会文化角度解析我国消费率偏低成因的研究空白;④突破了以往宏观经济主导的对策建议模式,系统提出了多主体参与、多层面共同促进居民消费意愿和提升我国消费率的政策建议与对策措施。

目 录

1 引 言	1
1.1 研究背景	1
1.1.1 问题的提出	1
1.1.2 我国消费率的现状及其影响	3
1.1.3 居民消费率不断下降且长期在低位徘徊是造成我国消费率 偏低的直接原因	6
1.2 研究问题界定：居民消费意愿是影响消费率的关键心理因素	9
1.2.1 居民消费意愿不足是导致消费率偏低的直接心理成因	9
1.2.2 居民消费意愿受心理因素、社会文化因素等多种因素的 影响	11
1.2.3 消费意愿是宏微观结合解析消费率偏低的心理成因的 立足点	13
1.3 研究目的和研究意义	13
1.3.1 研究目的	13
1.3.2 研究意义	14
1.4 研究创新	16
1.5 研究方法和研究思路与框架	20
1.5.1 研究方法	20
1.5.2 研究思路与框架	22
2 我国与世界主要国家消费率水平及变动趋势的比较研究	27
2.1 我国消费率的历史演变与变动特征	27
2.1.1 我国消费率的历史与现状	28
2.1.2 我国消费率变动特征	31
2.2 世界各国消费率变动状况	38



2.2.1	世界各收入层次国家的消费率总体呈现稳中上升的趋势	39
2.2.2	发达国家消费率增长同步或略高于 GDP 增长, 新兴国家 GDP 增长高于消费率增长, 世界总体呈现消费率稳中有升的趋势	39
2.2.3	政府消费率变动平缓, 居民消费率稳中有升	40
2.2.4	人均国民生产总值达到 5000 美元时, 消费率会出现拐点	42
2.3	我国与世界各国消费率变动趋势的比较分析	43
2.3.1	我国消费率远低于世界平均水平, 且差距呈扩大趋势	44
2.3.2	我国消费率水平低于高收入国家, 且低于中等收入和低收入国家的平均水平	44
2.3.3	我国消费率增长缓慢, 消费率增速远低于 GDP 增速, 不同于世界消费率增长同步或略高于 GDP 增长的趋势	45
2.3.4	世界各国政府消费率比较平稳, 居民消费率稳中有升; 而我国政府消费率略有上升, 居民消费率持续下降	46
2.3.5	与世界各国相比, 我国的投资率偏高, 消费率偏低	49
2.4	本章小结	50
3	文献综述	51
3.1	消费率与消费意愿	51
3.1.1	消费率的概念与构成	51
3.1.2	消费意愿与购买意愿的关系	52
3.1.3	消费意愿与消费率的关系	53
3.2	居民消费的影响因素研究回顾	54
3.2.1	经济因素对居民消费的影响研究	54
3.2.2	心理因素对消费意愿的影响研究	59
3.2.3	社会文化因素对消费意愿的影响研究	80
3.2.4	政策因素对居民消费的影响研究	90
3.3	文献总结评价	101
4	消费意愿与心理变量、社会文化变量及政策因素影响关系的研究设计	105
4.1	理论分析框架	105

4.2	定性访谈研究：消费意愿的结构与影响因素	106
4.2.1	焦点小组：消费意愿的结构	106
4.2.2	深度访谈：影响消费意愿的因素	108
4.3	实证研究模型：影响居民消费意愿的心理变量及社会文化变量 研究模型	113
4.4	基本研究假设	115
4.4.1	心理变量与居民消费意愿的影响关系	115
4.4.2	社会文化变量与居民消费意愿的影响关系	124
4.5	问卷设计与数据收集	130
4.5.1	变量测量	130
4.5.2	问卷构成与预调研	140
4.5.3	正式问卷调查	141
4.5.4	样本描述	142

5 消费意愿与心理变量、社会文化变量及政策因素影响关系的实证

检验	147
5.1 数据基本特征分析	147
5.1.1 信度与效度分析	147
5.1.2 测量变量的描述性统计特征分析	150
5.2 心理变量与消费意愿的关系验证	154
5.2.1 个性与消费意愿的关系验证	154
5.2.2 消费知识与消费意愿的关系验证	157
5.2.3 消费预期与消费意愿的关系验证	158
5.2.4 消费信任与消费意愿的关系验证	162
5.2.5 生活方式与消费意愿的关系验证	164
5.2.6 参照群体影响与消费意愿的关系验证	167
5.2.7 心理账户与消费意愿的关系验证	169
5.3 社会文化变量与消费意愿的关系验证	174
5.3.1 家庭规模、家庭生命周期、家庭结构与消费意愿的关系 分析	174
5.3.2 社会阶层感知与消费意愿的关系验证	181
5.3.3 面子文化与消费意愿的关系验证	183
5.3.4 人情文化与消费意愿的关系验证	185
5.3.5 物质主义倾向与消费意愿的关系验证	186



5.3.6	节俭消费观念与消费意愿的关系验证	187
5.3.7	人口统计变量对面子文化和人情文化的影响验证	189
5.4	消费政策对居民消费意愿的影响检验	190
5.4.1	财政政策（家电补贴）对居民消费意愿的影响检验	190
5.4.2	税收政策（个税起征点提高）对居民消费意愿的影响 检验	191
5.4.3	社会保障政策（养老金水平提高）对居民消费意愿的影响 检验	192
5.4.4	社会保障政策（医疗保险增加）对居民消费意愿的影响 检验	193
5.4.5	货币政策（降低存款利率）对居民消费意愿的影响 检验	195
5.4.6	货币政策（降低贷款利率）对居民消费意愿的影响 检验	196
5.5	多变量对居民消费意愿的交互影响	197
5.5.1	交互效应的关键研究变量筛选	197
5.5.2	多变量交互效应模型的构建和验证	200
5.6	居民消费意愿的人口统计特征分析	210
5.6.1	居民当前优先考虑增加和减少的消费支出类别	210
5.6.2	按性别区分的居民优先考虑的消费支出类别	211
5.6.3	按年龄区分的居民优先考虑的消费支出类别	214
5.6.4	按收入水平区分的居民优先考虑的消费支出类别	216
5.6.5	按受教育水平区分的居民优先考虑的消费支出类别	218
5.6.6	按人口地理特征区分的居民优先考虑的消费支出类别	220
5.6.7	居民优先考虑的消费支出类别与人口统计特征的对应 分析	225
6	研究结果与讨论	229
6.1	心理变量对居民消费意愿具有直接影响	229
6.1.1	个性对居民消费意愿存在一定影响	229
6.1.2	消费知识对居民消费意愿存在一定影响	231
6.1.3	消费预期与居民消费意愿密切相关	231
6.1.4	消费信任对居民消费意愿具有显著的正向影响作用	234



6.1.5	生活方式的不同维度对居民消费意愿和消费支出类别影响各异	235
6.1.6	参照群体不同的影响方式都会对居民消费意愿产生影响	237
6.1.7	心理账户对居民消费意愿存在影响	238
6.2	社会文化因素对居民消费意愿的影响不容忽视	240
6.2.1	居民消费意愿随家庭规模、结构与生命周期的不同而呈现不同特点	240
6.2.2	实际社会阶层、社会阶层感知及消费阶层感知对居民消费意愿的影响存在差异	244
6.2.3	面子、人情、物质主义倾向、节俭消费观念等文化因素对居民消费意愿具有不同程度的影响	247
6.3	消费政策对居民消费意愿具有多方面的重要影响	250
6.3.1	积极的财政政策正向影响居民消费意愿	250
6.3.2	减税政策促进了居民消费意愿的提升	251
6.3.3	完善社会保障政策有利于增强居民消费意愿	252
6.3.4	适宜的货币政策可在不同程度上增强居民消费意愿	253
6.4	多变量对居民消费意愿的交互影响	254
6.4.1	消费预期和心理账户对居民消费意愿具有交互影响	254
6.4.2	参照群体的信息性影响、规范性影响与消费信任、消费知识对消费意愿具有交互影响作用	255
6.4.3	参照群体影响、面子文化和物质主义倾向对消费意愿具有交互影响	256
6.5	不同人口统计特征居民的消费意愿差异	256
6.5.1	不同人口统计特征的居民在优先考虑的消费内容上具有差别	256
6.5.2	不同人口统计特征的居民受人情和面子文化的影响各有差异	257
6.5.3	不同地理区域的居民在优先考虑的消费类别方面存在较大差异	257
6.6	我国居民消费意愿不足和消费率偏低的心理与社会成因分析	258
6.6.1	开放性不足的个性特征抑制了居民消费意愿的提升	258
6.6.2	主观消费知识水平偏低制约了居民消费意愿的提高	259
6.6.3	消费预期的不确定性严重制约了居民消费意愿的增强	261



6.6.4	消费信任的缺失制约了居民消费意愿的提高	264
6.6.5	传统消费生活方式导致居民消费意愿较低	265
6.6.6	参照群体的影响对居民消费意愿具有一定的抑制效应	266
6.6.7	心理账户收入及灵活性偏低等特征成为居民消费意愿 提升的掣肘	267
6.6.8	部分家庭较重的财务压力制约了居民消费意愿的提升	268
6.6.9	社会阶层感知偏差导致居民消费能力未能充分展现	269
6.6.10	中华民族传统文化特征对居民消费意愿具有一定 影响	269
6.6.11	消费政策力度欠缺、发力点不够精准导致消费政策效应 不够明显	271
6.6.12	居民在住房、医疗、教育等方面的刚性需求倾向抑制了 整体消费意愿的提升	272
7	增强居民消费意愿、提升我国消费率水平的对策建议	275
7.1	国外提升居民消费意愿的经验借鉴	275
7.1.1	增加居民收入预期是提升居民消费意愿的基础	275
7.1.2	促进社会各阶层协调发展、健全福利保障机制是全面提升 消费意愿的关键	278
7.1.3	推动消费结构升级是提升居民消费意愿的有效手段	279
7.1.4	调整利率水平是刺激居民消费意愿提升的最直接方式	281
7.1.5	推动消费信贷发展是实现消费意愿提升的重要途径	282
7.1.6	企业主动参与是消费政策有效落实的重要保障	283
7.2	增强居民消费意愿、提升我国消费率水平的对策建议	285
7.2.1	把引导合理的消费预期作为增强居民消费意愿的首要 基础	286
7.2.2	将心理账户特征作为提升居民消费意愿的重要策略 依据	289
7.2.3	将引导生活方式转变作为促进居民消费意愿提升的核心 路径	291
7.2.4	重视不同类型家庭消费需求偏好的差异，提高刺激居民消费 意愿策略的针对性	293
7.2.5	深入挖掘消费政策在影响居民消费意愿中的关键作用	295

7.2.6 引导居民树立合理的消费文化观念，降低传统价值观对居民
消费意愿的制约作用 299

7.2.7 把协调各阶层消费群体作为全面增强居民消费意愿的
稳定器 302

7.2.8 调节消费参照群体对居民消费意愿的影响作用 303

7.2.9 把完善消费信息提供、提高居民主观知识水平作为增强居民
消费意愿的催化剂 304

7.2.10 优化消费环境并培养消费信任，为提升居民消费意愿
保驾护航 306

7.2.11 依据居民个性特征和人口统计特征的差异性进行市场细分，
提高消费促进政策和营销策略的针对性 308

结束语 311

附 录 313

参考文献 327

后 记 359

1 引言

1.1 研究背景

1.1.1 问题的提出

21 世纪,我国经济发展进入了一个新的历史阶段,即实现国民经济快速增长的主要动力由投资推动转向消费需求拉动,消费成为推动我国经济增长的重要支撑力量。中共十八大报告指出,要“着力培育开放型经济发展新优势,使经济发展更多依靠内需特别是消费需求拉动……要牢牢把握扩大内需这一战略基点,加快建立扩大消费需求长效机制,释放居民消费潜力,保持投资合理增长,扩大国内市场规模”。^①2016 年《政府工作报告》中,李克强总理也强调要深挖国内需求潜力,开拓发展更大空间,让消费成为经济发展稳定而持久的支撑力。这表明扩大消费、提高消费需求在国民经济增长中的拉动作用,已经成为我国经济发展的主导性战略和长期国策。

依据马克思社会再生产理论,社会再生产过程“既包括生产消费(直接的生产过程)和作为其媒介的形式转化(从物质方面考察,就是交换),也包含个人消费和作为其媒介的形式转化成交换”,即社会再生产是生产消费和生活消费的统一。社会再生产实现的核心问题在于实现两个补偿,即社会总产品的价值补偿和物质补偿;实现两个补偿的关键条件又在于社会总供给必须等于社会总需求。而生活消费“是最终意义上的消费”,是社会总需求的最终体现。由此,生活消费成为实现和扩大社会再生产的决定性因素。特别是在商品生产过剩、市场供过

^① 胡锦涛.坚定不移沿着中国特色社会主义道路前进,为全面建成小康社会而奋斗——在中国共产党第十八次全国代表大会上的报告 [EB/OL]. 人民网, <http://cpc.people.com.cn/n/2012/1118/c64094-19612151-1.html>, 2012-11-08.



于求的现代市场经济条件下,生活消费或最终消费已成为国民经济实现良性循环的重要先导性因素,合理的最终消费水平不仅有利于促进国民经济的健康发展,而且是实现社会文明与和谐进步的基本条件。

衡量一国生活消费或最终消费合理与否的主要标志是其消费率的高低。所谓消费率是指一国最终消费总额占国内生产总值的比重,它由居民消费率(居民消费额占 GDP 的比重)和政府消费率(政府消费额占 GDP 的比重)两部分组成。消费率是衡量最终消费对国民经济增长贡献作用的重要指标,也是反映经济发展动力、社会发展水平等状况的基本尺度。

当前中国经济增长已由短缺经济时代的资源供给约束转变为消费需求约束,消费对经济增长的作用日益显著。然而长期以来,我国却呈现消费增长乏力、内需不足的局面,直接表现为消费率严重偏低并持续走低,不仅大大低于欧美发达国家水平,而且低于世界平均水平乃至发展中国家水平。根据著名的发展经济学家钱纳里的“标准结构”来衡量,当一国人均国民收入达到 1000 美元时,消费率应为 76.5%左右,居民消费率在 62%左右比较合理。^①而我国 1999 年人均 GDP (2005 年不变价美元)首次突破 1000 美元(1037 美元)时消费率为 62.67%,居民消费率则仅为 46.34%;同年世界人均收入(2005 年不变价美元)为 6403 美元,消费率高达 60.1%,我国与世界平均水平差距悬殊。近年来这一趋势并未得到有效扭转,2014 年我国人均 GDP (2010 年不变价美元)达到 6032.6 美元,收入水平大幅提升,消费率反而只达到了 51.42%。与此同时,2014 年世界人均 GDP (2010 年不变价美元)达到 10031.2 美元,消费率高达 72.6%,差距日益增大。

我国消费率长期偏低的状况严重抑制了消费需求对经济的导向和拉动作用,阻碍了我国由投资、出口推动型向消费需求拉动型的经济增长模式的转变,不仅不利于国民经济的持续稳定健康发展,而且严重制约了社会消费结构升级和人民生活水平的提高。因此,如何尽快扭转消费率偏低的状况,是我国当前亟待解决的重大理论和现实问题。

我国消费率长期偏低的状况已经引起政府部门和理论界的高度关注,近年来许多学者对其形成原因及解决路径进行了多方面研究。然而,总体而言,国内学者大多沿袭国际学术界的传统研究思路,即从经济学的单一角度考察消费率偏低的成因及对策,而缺乏从消费者行为学、心理学、社会学等多学科角度进行的综合分析。这一研究现状阻碍了对我国消费率偏低的深层次原因的挖掘,也使得政府近年来刺激消费、扩大内需的宏观调控政策与措施未能充分发挥应有效应,消

^① 霍利斯·钱纳里,莫尔塞斯·塞尔昆.发展的格局 1950~1970 [M].北京:中国财政经济出版社,1989: 22.

费率持续走低状况迟迟得不到改善。鉴于理论研究的困境和我国经济发展的客观要求，本书从以下两个基本命题出发，对我国消费率偏低的成因及对策进行全新视角和方法的研究：

命题一：居民消费是最终消费的主体，居民消费意愿不足是导致我国居民消费率及消费率偏低的关键心理成因。

命题二：居民作为消费行为主体，其消费意愿受到个体心理、群体心理及社会文化等多方面因素的影响。

基于上述命题，本书旨在以消费者行为理论为基础，综合经济学、心理学、社会心理学、社会学、市场营销学等多学科相关理论与最新研究成果，在国际比较借鉴的基础上紧密联系中国国情与消费实践，采用以实证研究为主、定性分析与定量分析相结合的研究方法，着重从中国消费者的个体心理、群体心理及社会文化环境等非经济因素的角度探讨和发现导致居民消费率偏低的心理成因，并根据心理成因提出提高我国消费率的对策建议。

1.1.2 我国消费率的现状及其影响

1.1.2.1 我国消费率呈现偏低走势

(1) 长期以来，我国 GDP 中最终消费所占比重一直处于较低水平

近年来，我国消费率始终低于 70%（见图 1-1）。从每五年的平均值来看，1978~1982 年，消费率为 64.97%；1983~1987 年，消费率为 65.64%；1988~1992 年，消费率为 62.88%；1993~1997 年，消费率为 57.45%；1998~2002 年，消费率为 61.05%；2003~2007 年，消费率为 53.64%；2008~2011 年，消费率为 49.67%；2012~2014 年，消费率为 49.88%。



图 1-1 我国消费率五年平均值变化趋势（1978~2014 年）

资料来源：根据《中国统计年鉴》（2015）消费率数据整理。



率为 61.05%；2003~2007 年，消费率为 53.64%；2008~2011 年，消费率为 49.67%；2012~2014 年，消费率为 49.88%。而同一时期，世界平均消费率一直高于 70%。因此，单从消费率的数值比较来看，我国最终消费在以支出法计算的 GDP 中所占的比重一直处于较低水平。

(2) 我国消费率呈下降趋势

改革开放以来，我国消费率呈现波动变化，总体呈下降趋势，从 1978 年的 62.1% 下降到 2014 年的 51.42%，平均每年以 0.3% 的速度下降^①。具体来看，“六五”期间（1981~1985 年）我国消费率下降了 1.72%，平均每年下降 0.342%；“七五”期间（1986~1990 年）我国消费率下降了 1.44%，平均每年下降 0.288%；“八五”期间（1991~1995 年）我国消费率下降了 2.91%，平均每年下降 0.582 个百分点；“九五”期间（1996~2000 年），由于国家政策刺激，消费率略有回升；但 2000~2012 年消费率由 63.68% 降到 51.26%，降幅达 12.42%，平均每年下降 0.96%^②。尽管 2013 年以来消费率略有回升，但总体而言，我国消费率的下降不论是在幅度还是在时间上都呈现一定的持续性（见图 1-2）。

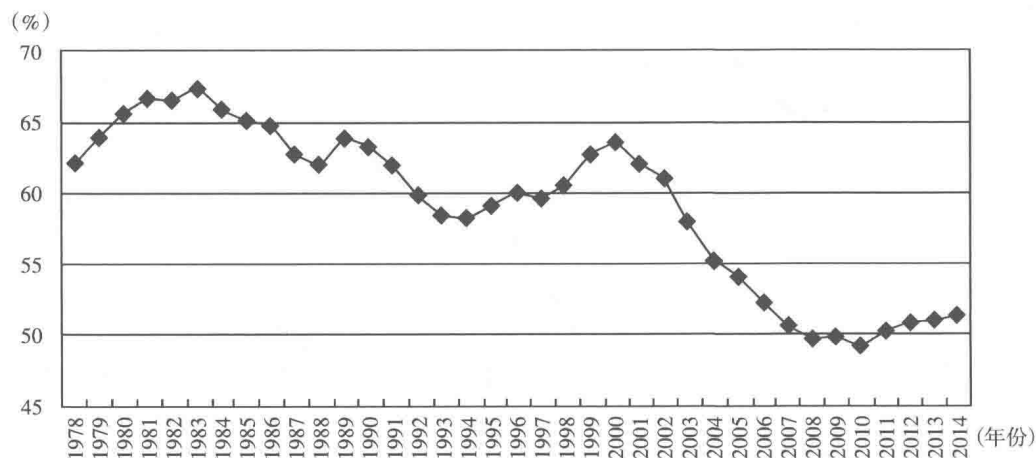


图 1-2 1978~2014 年我国消费率变动趋势

资料来源：根据《中国统计年鉴》（2015）中支出法国内生产总值和支出法国内生产总值结构两表的数据整理。

^{①②} 根据《中国统计年鉴》（2015）中支出法国内生产总值和支出法国内生产总值结构两表的数据整理，<http://www.stats.gov.cn/tjsj/ndsj/>。



1.1.2.2 我国消费率偏低的负面影响

消费率较低表明最终消费在 GDP 中所占的比例较小,其实质反映的是消费增长不足的现象。而我国消费率长期偏低且持续走低,则深刻地反映出我国经济发展中消费增长不足的问题已经相当严重。这一问题的长期存在给我国国民经济的健康发展和人民生活水平提高带来诸多负面影响,主要体现在以下几个方面:

(1) 延缓消费结构升级,阻碍人民生活水平的提高

中共十八大报告指出:要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,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。消费是与人民生活水平密切相关的经济活动,拓宽消费领域、优化消费结构是提高广大人民群众生活水平的必然趋势和客观要求。因此,在发展经济的同时不能忽视消费的发展,否则就迷失了发展经济的根本目的。

改革开放以来,随着国民经济的持续快速发展和居民收入水平的提高,我国居民消费结构不断升级,从 20 世纪六七十年代的“老四件”(自行车、缝纫机、手表和收音机)到 80 年代的“新四件”(彩色电视机、洗衣机、电冰箱和录音机),再到 90 年代的电话、空调、家用电脑等电子产品的消费即是例证。21 世纪以来,我国居民对电子通信产品、住房、家用轿车等大额商品的需求量大大增加,这一方面体现了我国经济建设的巨大成就,另一方面也反映出居民消费水平在不断提高,生活质量不断得到改善。然而,我国消费率长期偏低且呈下降趋势的现象,则显示出国民经济总量中用于消费的部分偏少,人民消费生活水平并未与经济发展同步增长。也就是说,由于消费总量不足和消费结构升级的滞后,广大群众本应享受到的改革开放和经济发展的成果大为削弱,这在一定程度上影响了人民生活水平的提高,使我国本就不高的消费水平与发达国家的差距进一步加大,同时也与我国实现社会主义现代化的根本发展目标相背离。

(2) 加剧投资与消费比例失衡,制约国民经济的良性发展

20 世纪 90 年代以来,与消费率偏低形成鲜明对比的是,我国投资率持续走高,2006~2014 年年均达到 47.49%。从国际比较来看,我国消费率比发达国家平均水平低近 20 个百分点,而投资率却高出近 20 个百分点。

投资与消费比例失衡的后果是显而易见的。我国是发展中大国,保持较高的投资率是改变基础设施落后状况、提高产业技术水平以及实现国民经济较快增长的重要手段,在短期内对提升经济总量具有明显作用。但如果消费率长期处于较低水平,投资的过快增长将导致某些行业在生产能力快速提升的同时,却没有相应的消费能力支持其投资价值的实现,从而出现产能过剩、经济发展结构性失衡等被动局面。消费需求是最终需求,消费需求的增长对投资增长的最终实现以及