

# 新消费 升级

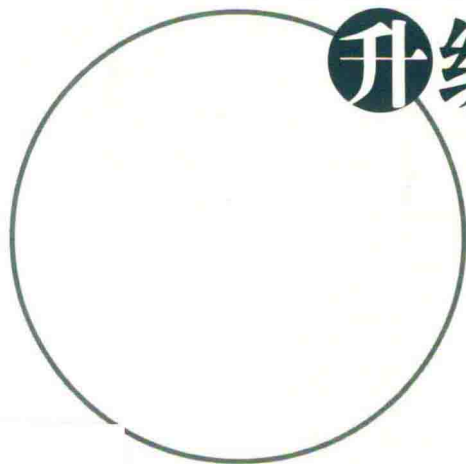
林左鸣◎著



中信出版集团 · CHINA CITIC PRESS

林左鸣◎著

# 新消费 升级



图书在版编目 ( CIP ) 数据

新消费升级 / 林左鸣著. —北京: 中信出版社,  
2016.3  
ISBN 978-7-5086-5943-5

I. ①新… II. ①林… III. ①消费经济学—研究—中  
国 IV. ①F126.1

中国版本图书馆CIP数据核字 ( 2016 ) 第 038321 号

新消费升级

著 者: 林左鸣

策划推广: 中信出版社 ( China CITIC Press )

出版发行: 中信出版集团股份有限公司

( 北京市朝阳区惠新东街甲 4 号富盛大厦 2 座 邮编 100029 )

( CITIC Publishing Group )

承 印 者: 北京通州皇家印刷厂

开 本: 787mm×1092mm 1/16

印 张: 15.75 字 数: 164 千字

版 次: 2016 年 3 月第 1 版

印 次: 2016 年 3 月第 1 次印刷

广告经营许可证: 京朝工商广字第 8087 号

书 号: ISBN 978-7-5086-5943-5 / F · 3605

定 价: 49.00 元

版权所有 · 侵权必究

凡购本社图书, 如有缺页、倒页、脱页, 由发行公司负责退换。

服务热线: 010-84849555 服务传真: 010-84849000

投稿邮箱: author@citicpub.com

economics | 经济读物

新消费  
升级

## 新消费升级的弦外之音

在本书完稿之际，照例是要作书序。

书序的内容多种多样，要么是全书的内容梗概、提要，要么是对书的成因做以介绍，或者请名人专家作序，那多半就是对书赋予褒奖溢美之词，推荐给读者。本序则另有一番打算，希望能把出版本书的“弦外之音”给读者做一点儿交待。

时下世界经济走势可谓扑朔迷离，特别是在 2015 年 11 月 13 日的巴黎恐怖袭击之后，国际舆论普遍认为全球经济发展的前景将更加复杂。在中国国内，随着经济持续下行，国际上又不乏负面言论，国人亦惶恐

迷茫，甚至失掉信心。过去，我国一直以出口、投资和消费为拉动经济发展的三驾马车。其实这三驾马车的力量并不均衡，其中消费这驾马车的潜力最大，它应该分拆为公共（政府）消费和大众（居民）消费两个部分；而投资其实也可分解为公共（政府）投资和市场（企业）投资两个部分。现在，经济界普遍的看法是三驾马车都前进乏力，因此不少人认为中国的经济持续高速增长已走到尽头了。对于这种悲观的论调，我一直不敢苟同。其实，中国经济的高速增长是不是真的走到了尽头，还得看经济运行中着力培育怎样的市场。这和我们平时玩扑克牌颇有共同之处，如果经济形势是一个牌局，关键要看叫的是什么主，出的是什么牌。

扑克牌是全世界都流行的一种娱乐，玩法多种多样，其中打“拖拉机”是在我国流行最广的几种玩法之一。一副扑克牌中，除了大、小王外，还有四种花色：黑桃、红桃、梅花、方片，无论选择什么花色为主牌，都以各花色的“2”为仅次于大、小王的固定主牌。打“拖拉机”时，上手的牌究竟好不好，归根到底取决于叫什么主牌。本来是一手好牌，如果让对手抢先叫了主牌时，可能变成一手“臭”牌。所以叫主牌的对错，胜负就已定了一半。玩扑克牌打“拖拉机”是如此，搞经济的道理也是相通的。

如果把经济比喻为一副牌，中央政府是大王，地方政府就是小王，企业家们是众“小2”，那么四个花色就是出口、市场投资、公共投资与消费、大众消费。不同的时期，要选择不同的花色做主牌，所以叫牌就显得十分重要。过去的三十多年，我国经济“叫牌”总体上没有大的失误，所以造就了我国经济发展的世界性奇迹。

改革开放以后的前二十多年，中国的经济曾先后以出口和市场投资为主牌，辅之以在大小王出手的财税金融等政策支撑下，又以公共投资与消费为

强势副牌，取得了较好的成效。2008年国际金融危机以后，开始注重公共投资与消费作主牌，所以我国改革开放以后基本上就打三个主牌——出口、市场投资、公共投资与消费。这期间虽然大众消费不是主牌，但也被带动发展起来，成为强势副牌，比如房地产和商用汽车。如果说GDP就是打牌中的得分，那么过去大众消费也跟着对家主牌上手垫分而得了不少分。

三十年过去了，我国经济领域出现了误以为只有出口、市场投资、公共投资与消费可以做主牌的情况；一旦手上的出口、市场投资、公共投资与消费暂时没有好牌，就容易选择打“无将”。打“无将”的问题是，虽然大小王最容易上手，但大小王上手后，往往利用财税金融等政策，特别容易先打公共投资与消费的长套牌，这是因为公共投资与消费这幅牌最易带动市场投资。结果公共投资与消费的长套牌三甩两甩，就把对家“小2”（企业家）的“武功”全都给废了；因为对家往往为了留住大牌分，以便控制住某花色的牌，来阻止对手一旦上手后甩长套牌，就只好忍痛垫掉“小2”，结果很容易进入恶性循环，留下来的分也未必就能得到。这个情况便是经济运行中所谓的行政干预和政企不分，或者没有充分发挥市场对资源的配置作用。无论是把公共投资与消费作为主牌，或是作为强势副牌来打，带来的风险就是赤字财政或政府债务，可能连锁引发的就是金融风险。毫无疑问，选择公共投资与消费这样的主牌或强势副牌，只能是权宜之计，并非长久之策。

目前，国内有些地方经济形势让人感到迷茫或困惑，原因莫过于这些地方叫牌出现失误，比如继续以公共投资与消费作主牌，或者打起了“无将”。结果，必然是一套套行政性干预的长牌频频出来，由于行政性干预太强势，其结果可能使企业家都上不了手，市场无所适从，造成了出哪个花色的牌都丢分，经济下行往往就是难免的了。

那么，我们究竟该叫什么牌作为主牌，才能解决当下中国经济的问题呢？

本书让我们看到，当前作为内需的大众消费确实是一副好牌。如果我们果断地把大众消费作为主牌，自然还会带起新一轮的投资热，甚至还会重塑民族优势品牌，为掀起下一轮出口高潮奠定基础。中国经济打出大众消费这张主牌，可以再迎来几十年的黄金发展时期，使中国经济发展仍然保持较为高速的发展态势。

大众消费这副牌究竟怎样呢？它到底是不是一副好牌呢？应该辅之以怎样的政策措施使之成为一副好牌呢？为此，我与中航工业经济技术研究院的王英杰、陈昂、魏华兴、蒋依丽、厉博，中航工业集团公司的王中原、付明耀、姚平，湖南理工学院的李克安教授等经济专家、管理专家对我国大众消费经济的现状和前景进行了探讨和研究，最终形成了本书的内容。

大众消费真的是当前的一副好主牌，不选择叫这副主牌，恐怕难解经济下行压力持续增大的忧患。本书把我国在计划经济、供给凭票的时代定义为我国的大众消费相对短缺期；把改革开放以后，在市场经济条件下，围绕“衣、食、住、行”而展开的消费发展阶段定义为大众消费 1.0 版；并且，从传统的“衣、食、住、行”需求的升级，以及面向“医疗、教育、娱乐、养老”的转型，判断出我国大众消费进入了 2.0 版的新消费升级。这个判断，无疑使我们对中国未来的经济发展充满了信心。实际上，做大内需消费的盘子，是今后相当长时间内经济发展的根本任务，不但要发展如本书所分析的直接的大众消费，还应把公共投资与消费等内容通过证券化的方式，打造成财富标志，以满足大众投资的需求，从而将其转化为大众消费，切实把大众消费的盘子做大，这将为我国经济至少在下一个 30 年内继续以较高速度增



长拓展出巨大的空间。

不过，要把大众消费作为主牌，就有一个怎样实现的问题。如果不改变传统的宏观经济调控举措，恐怕很难适应现状。因此，我们多半得换一个新的“工具箱”，改变一下游戏规则。

比如，要发展群众性的体育产业，可能不宜靠政府投资建体育场来解决。如果要在某个大城市发展群众性足球产业，政府可以考虑对城市周边的农村做相应的规划，在不占用基本农田的前提下，修一些露天足球场及配套设施。要动员社会投资发展这样的体育设施，只要政府给出支持政策，很快就会形成较好的局面。这时，每年政府再拿出 500 万元作为奖金，举办一年一度的群众性足球锦标赛，冠军奖励 300 万元，亚军奖励 150 万元，季军奖励 50 万元。那么，这个城市的足球产业就会被激活，并且蓬勃发展，经久不衰。

再比如，目前一方面我国的房地产库存量居高不下，另一方面全国还有 2 亿农民工尚未转为城镇居民。一旦这些农民工转为城镇居民，必然带动新一轮的房地产需求，化解目前房地产市场持续低迷的状况。然而，若以过去简单的市场方法来刺激房地产市场走出低迷，则又存在着使房地产价格再次攀升过高的风险。两全其美的解决办法或许是，可以创造一种新的公租房运营形式，让即将落户城镇的农民工改买为租。那么，这就需要立法规定住户租赁的房屋可以由其下一代继续承租，并且制定房屋租金与居民生活水平相挂钩的幅度区间，然后把这一类公租房作为金融投资产品发售，这样既可以向社会募集资金，也可以作为中央银行货币投放的依据（财富标志），实行这样的办法，就有可能解决目前我国房地产市场低迷的难题，又不至于引发房地产价格再次攀升以致过高的状况；既能稳妥地解决好居民住房问题，又

能避免大众把房屋直接作为投资产品而进行的非理性炒作。

只有采用诸如此类的方法，才有可能把大众消费当成主牌来打，所以，对那些习惯于传统经济运行方式的地方，如果不让他们按照“老套路”出牌，他们有可能就“不会玩”了。可见，要选择大众消费这副牌作为推动经济全面发展的主牌，出路仍然是改革与创新，而改革与创新的关键，一是再不能按“老套路”出牌，二是要切实做好中央提出的供给侧结构性改革。

常言道，商场如战场。孙子曰：“昔之善战者，先为不可胜，以待敌之可胜。不可胜在己，可胜在敌。”如今，在世界经济发展格局之大博弈中，贵在“先为不可胜”，以内需大众消费作为下一轮经济增长的强力引擎，就是“能为不可胜”之策，依此便可在世界经济变化的大潮中，任凭风浪起，稳坐钓鱼船。所以，叫好大众消费这副主牌，切实做好供给侧结构性改革，推动经济可持续发展，使我国经济发展立于不败之地，正是本书的弦外之音。所喜的是，眼下我们国家已经十分重视促进内需大众消费对国内经济稳定增长的带动作用，正逐渐形成我国经济发展的主牌。

故而，我以此作为本书的序言。

## 自序

新消费升级的弦外之音 // VII

## 第一章 | 新常态，新消费

世界经济增长的横断面 // 003

站在制高点上的消费 // 005

从“虚幻”到“实际”的需求 // 009

迫在眉睫的价值大革命 // 013

抓住看不见的“心” // 016

假冒伪劣——消费“通货膨胀”的隐身衣 // 020

## 第二章 | 历史转折中的中国消费

从“禁欲文化”到“消费文化” // 027

“大众消费”出牌时 // 030

安得中产六万万 // 033

曾经作为主导的消费 1.0 版 // 037

转型正当时的消费 2.0 版 // 041

持续升级中的消费 1.0 版 // 045

### 第三章 | 医疗

医疗：最难满足的消费需求 // 051

供给市场化是基础 // 055

回归人本经济是核心 // 057

生得要好：当“单独生子”与“全面二孩”叠加 // 059

老得要慢：让野蛮生长成为优质供给 // 061

病得要晚：“治未病”市场不能让给“海外扁鹊” // 065

死得要安：“活好每一天”比“多活一天”更重要 // 068

### 第四章 | 教育

教育：实现转型升级的根基 // 075

不能因“市场化纠结”而因噎废食 // 078

小众到大众，十几年到几十年 // 079

由家庭消费到企业消费 // 082

职业培训需要模式创新 // 084

主动学习的黄金时代 // 086

DT时代，让教育发现每一个学生 // 089

### 第五章 | 娱乐

娱乐：大国的“新消费航母” // 095

独乐乐到众乐乐，模式化到个性化 // 098

文化的浪费是最大的浪费 // 100

让想象力飞起来 // 103

全民运动更是全民娱乐 // 106

“年轻人经济”引领消费新蓝海 // 110

## 第六章 | 养老

- 养老：依然灿烂的“夕阳红” // 115
- 中国式养老：由被动奉养到主动消费 // 118
- 不能重蹈“价廉质次”的覆辙 // 121
- 养老的需求层次：以心理需求为主 // 124
- “年轻老年人”是消费活力的源泉 // 127
- 智能机器人：居家养老的新答案 // 130

## 第七章 | 衣

- 衣：改变国家和世界的消费力量 // 135
- 从“过年穿新衣”到“剁手族”的冲动消费 // 137
- “关门潮”下的转型升级之路 // 139
- 人性化服装带来的“愉快生活” // 142
- 从“假领”到“红领”的个性化定制 // 144
- “女人经济”绽放美丽新需求 // 146

## 第八章 | 食

- 食：更健康、更便捷、更享受 // 153
- 大而不强的饮食行业 // 156
- 打造饮食行业的“魔方经济” // 158
- 打造出舌尖上的品牌文化 // 162
- 价值链的创新才能吸引“上帝” // 165
- 全产业链下的新庄园经济 // 168

## 第九章 | 住

- 住：身心的安栖之处 // 175
- 房子到底是多了还是少了 // 177

- 金融产品解决住房投资需求 // 180
- 房地产其实卖的是服务 // 182
- 互联网时代的房屋租赁新模式 // 184
- 高聚焦度信息带动建筑增值 // 186
- 科技进步创造住宅新供给 // 188

## 第十章 | 行

- 行：为物品与信息而动 // 193
- 交通改良是一个永恒的主题 // 196
- 治疗城市交通的“富贵病” // 198
- 汽车消费市场的供给侧结构性改革 // 201
- 速度的提高与消费的增长 // 203
- 潇洒走一回的消费需求 // 205
- 鹰隼试翼的通用航空产业 // 208
- “飞行”小镇 // 210

## 第十一章 | 全球视野的消费纸牌屋


- 主牌因时而变：世界经济强国的崛起逻辑 // 215
- 由“印印印”到“买买买”：世界经济的动力换挡？ // 221
- 消费抢“主”：新的全球经济主导权之争 // 224

后记 // 231

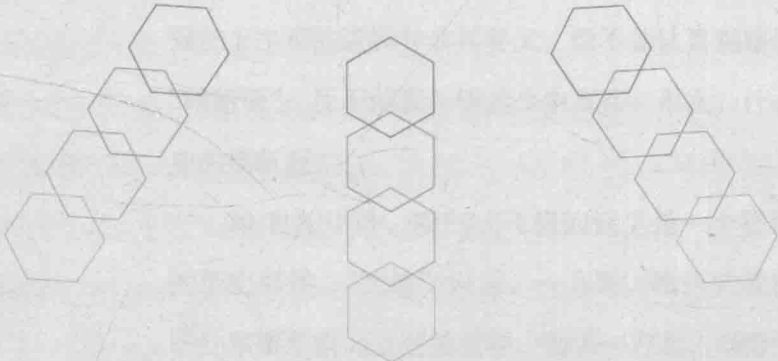


世界经济增长新动能

# 第一章



## 新常态，新消费







## 世界经济增长的横断面

漫漫的历史如长河绵延不尽，历代的兴衰更替告诉了我们一些什么，又证明了什么呢？一千个人眼里就有一千个哈姆雷特。或许有时候，给历史的进程人为地强加上主观的逻辑并非其要义，倒不如认真观察历史的“横断面”，反而能真正悟透个中真谛。那么，什么是历史的横断面？

20 世纪中叶，喷气式飞机的诞生是一个震惊世人的历史事件。“二战”以后，一方面，喷气式战机对一国的军事形象而言至关重要，而另一方面，当喷气式客机研制成功后，宣告着大众飞行时代的来临。从喷气式战机到喷气式客机，按人们已有的理念，很难找出它们之间内在的联系，为什么喷气式飞机能够走进人们的平凡生活，是什么样的力量能够推动这一切发生呢？