



中国社会科学院文库·经济研究系列
The Selected Works of CASS · Economics

中国城镇居民服务消费研究

RESEARCH ON CHINESE URBAN RESIDENTS
SERVICE CONSUMPTION

—夏杰长 瞿华 张颖熙 等著—



经济管理出版社
ECONOMY & MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE



中国城市经济与社会发展研究报告
中国城市经济与社会发展研究报告

中国城市经济与社会发展研究报告

CHINA URBAN ECONOMIC AND SOCIAL DEVELOPMENT RESEARCH REPORT
CHINA URBAN ECONOMIC AND SOCIAL DEVELOPMENT RESEARCH REPORT

中国城市经济与社会发展研究报告

中国社会科学院创新工程项目

中国城镇居民服务消费研究

夏杰长 瞿 华 张颖熙 等著

经济管理出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

中国城镇居民服务消费研究/夏杰长, 瞿华, 张颖熙等著. —北京: 经济管理出版社, 2014.12
ISBN 978-7-5096-3161-4

I. ①中… II. ①夏… ②瞿… ③张… III. ①城镇—居民消费—研究—中国 IV. ①F126.1

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2014) 第 125645 号

组稿编辑: 申桂萍

责任编辑: 申桂萍 梁植睿

责任印制: 黄章平

责任校对: 张 青

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: 北京晨旭印刷厂

经 销: 新华书店

开 本: 720mm × 1000mm/16

印 张: 14.5

字 数: 260 千字

版 次: 2014 年 12 月第 1 版 2014 年 12 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 978-7-5096-3161-4

定 价: 49.00 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

发达国家居民消费结构升级的一般经验表明，进入工业化中后期，居民消费结构升级的趋势主要按照“衣食—住行—康乐”的路径进行，服务消费代表消费升级的最终趋势。中国目前总体上已经开启了向服务消费升级的阶段。在实施扩大内需战略和加快消费升级、产业升级的大背景下，研究城镇居民服务消费问题变得尤为重要。居民服务消费支出一般归为八大类：食品加工服务、衣着加工服务、居住服务、家庭服务、医疗保健、交通通信、文化娱乐与教育服务、其他服务。本研究也基本遵循这一分类标准，在对服务消费基本理论，比如服务消费的影响因素、习惯偏好、需求弹性、内生动力、产业效应等进行理论解释和实证研究的基础上，也对城镇居民服务消费分门别类地进行系统研究。

中国城镇居民服务消费支出近年来有了较大幅度的提升，消费结构也有了一定升级，但是总体来说比例还不平衡。基于中国 30 个地区 1997~2011 年的实证研究表明，中国城镇居民服务消费支出具有显著刚性，前期的服务消费支出对当期服务消费支出有较强的正相关关系。个人可支配收入能在较大程度上显著影响中国城镇居民服务消费支出。服务价格指数提高带来服务消费支出的增加，同时服务的绝对消费量也有所提高。收入差距的增加，会降低服务消费支出的整体水平，城市化水平和服务产业发展则对增加居民的服务消费支出水平有着显著的正相关关系。在利用跨省动态面板数据进行分析后发现：随着服务经济时代的来临和人口老龄化趋势日益明显，习惯性偏好和人口结构都是影响居民服务消费的重要变量；习惯性偏好对服务消费有显著的促进作用；人口结构变量中，少年儿童抚养比与居民服务消费呈正相关关系，老年人口抚养比和男女性别比皆与服务消

费呈负相关关系。

随着收入水平的不断提高，中国城镇居民家庭的消费水平日益提高，消费结构不断改善。运用非线性近似完美需求系统（Quadratic Almost Ideal Demand System, QUAIDS 模型）模拟中国城镇居民家庭服务消费需求弹性特征，可以得出一个重要的结论：以“医疗保健、休闲旅游、文化娱乐、交通通信”为代表的服务消费富于弹性，而以“家庭服务、教育、居住”为代表的服务消费缺乏弹性。这说明，随着收入水平的提高，城镇居民家庭在交通通信、医疗保健和文化娱乐领域的支出会明显增加；从区域比较来看，中国东、中、西三大区域的服务消费支出弹性存在一定差异，并且这种差异主要体现在“家庭服务、教育和居住”领域。价格也是影响城镇居民服务消费的重要因素，特别是家庭服务和医疗保健服务类支出的价格敏感性最强。

中国城镇居民服务消费需求不断上升是经济新常态的一种客观现象。为了顺应经济新常态、通过优化消费结构来引导产业结构调整，就必须把扩大服务消费支出、培育服务消费热点作为扩大内需战略的重要出发点。适时调整国民收入分配结构、提高居民收入分配份额、加快社会保障改革和建设、竭力改善消费环境、引导居民合理消费行为是引导服务消费快速有序发展的重要措施。

目 录

第一章 城镇居民服务消费：概念界定与影响因素	001
一、研究背景	001
二、城镇居民服务消费：概念界定与支出特征	003
三、影响城镇居民服务消费支出的主要因素	005
四、实证分析	008
五、结论与建议	011
第二章 服务业发展与城镇居民消费关系	013
一、引言	013
二、文献综述	015
三、理论机制	016
四、指标、数据与计量检验	018
五、产业政策、服务业与居民消费	022
六、结论与建议	025
第三章 城镇化与服务消费：理论假设与实证检验	028
一、引言	028
二、文献综述	029

三、理论分析与假说	031
四、实证检验	033
五、结论与建议	038
第四章 习惯性偏好、人口结构与城镇居民服务消费	041
一、引言	041
二、文献综述	042
三、理论分析与假说	045
四、实证检验	047
五、结论与建议	053
第五章 中国城镇居民服务消费需求弹性：测度与趋势	058
一、文献综述	059
二、城镇居民服务消费现状分析	060
三、模型设定	063
四、模型估计结果	066
五、结论与建议	070
第六章 中国服务消费增长的内生动力与产业诱导效应	073
一、发达国家居民消费结构升级的规律与经验	074
二、中国城乡二元经济中的服务消费转折	080
三、中国服务性消费内生性增长的动力机制	087
四、服务性消费对相关产业的诱导效应	092
五、服务消费的制约因素及政策启示	095
第七章 交通与通信服务消费	097
一、引言	097
二、中国交通与通信服务消费现状分析	099
三、中国交通与通信服务消费发展趋势及影响因素的实证分析	104
四、中国交通与通信服务消费的升级对策	118

第八章 文化与娱乐消费	124
一、概念界定及其统计范围	124
二、发展现状	125
三、发展趋势	130
四、政策建议	134
第九章 教育消费	139
一、概念与影响因素	139
二、现状与问题	141
三、政策建议	152
第十章 医疗卫生服务消费	162
一、发展现状	162
二、实证研究	164
三、结论与建议	171
第十一章 旅游消费	175
一、文献综述	175
二、变量和样本数据预处理	176
三、实证检验	178
四、结论与建议	184
第十二章 康体休闲消费	187
一、概念界定	187
二、发展现状	188
三、影响因素	190
四、机遇与问题	192
五、政策建议	196
第十三章 家庭服务消费	202
一、战略意义	203

二、增长动因	205
三、发展现状	208
四、问题与原因	213
五、发展趋势	217
六、政策建议	218
后 记	223

第一章 城镇居民服务消费： 概念界定与影响因素

在中国服务业发展滞后和扩大内需战略实施背景下，服务消费支出的研究变得尤为重要。中国城镇居民服务消费支出近年来有了较大幅度的提升，消费结构也有了一定升级，但是总体来说比例还不平衡。基于中国 30 个地区 1997~2011 年的实证研究表明，中国城镇居民服务消费支出具有显著刚性，前期的服务消费支出对当期服务消费支出有较强的正相关关系。个人可支配收入能在较大程度上显著影响中国城镇居民服务消费支出。服务价格指数提高带来服务消费支出的增加，同时服务的绝对消费量也有所提高。收入差距的增加，会降低服务消费支出的整体水平，城市化水平和服务产业发展则对增加居民的服务消费支出水平有着显著的正相关关系。

一、研究背景

世界经济服务化趋势的不断发展，中国服务业增加值占 GDP 的比重却一直处于较低的水平。根据《2012 年国民经济和社会发展统计公报》，2013 年中国服务业占 GDP 比重约为 46.1%，比 2012 年提高了 1.5 个百分点，但与发达国家相比依然有一定差距。统计显示，2012 年服务业占 GDP 比重的全球平均水平是 63.6%，其中法国最高，为 79.8%，居全球第一位，美国和英国则列第二和第三位，分别是 79.7% 和 78.2%。与欠发达国家相比，中国的服务业占比相对较低。早在 2006 年，根据世界银行分类的中低收入国家第三产业平均占比已经高达 55%，而同为发展中国家的印度，其经济总量和人均收入远远低于中国，同年印度的服务业占比也已经高达 55%。虽然中国各级政府提出了服务业发展的目标，并不断出台各项鼓励政策，但服务业发展滞后的状况没有得到根本性改善。

国内现有研究主要关注整体服务业和生产性服务业发展。江小涓、李辉(2004)认为,中国20世纪90年代初期以来,服务业比重在低水平上保持稳定发展的现象与中国经济增长模式、经济体制、认识和政策以及统计口径等多方面的原因有关。夏杰长(2013)则认为,政府的制约作用是服务业发展较慢的关键。汪德华等(2007)认为服务业发展滞后与政府规模和发展水平相关。江静和刘志彪(2009)构建了政府公共职能与服务业分类发展关系的分析框架,将服务业分为公共性服务、服务消费和生产性服务,并且将服务消费界定为提高城乡居民生活质量、适应居民消费结构升级的服务业,研究表明,中国政府公共职能的缺失是公共性服务、服务消费和生产性服务发展滞后的重要原因。江静和刘志彪(2010)进一步指出,中国代工生产的外向型经济发展模式割裂了制造业和生产性服务业之间的产业关联,直接导致中国生产性服务发展缓慢。

《中国国民经济和社会发展第十二个五年规划》指出了“生活性服务”的概念,要“大力发展生活性服务业,面向城乡居民生活,丰富服务产品类型,扩大服务业供给,提高服务质量,满足多样化的需求”,重点要发展的包括商贸服务业、旅游业、家庭服务业、体育事业和体育产业等。冯建林(2004)认为,长期以来,消费领域中存在的重大认识缺陷就是“重物质性消费轻服务性消费”。范剑平(2001)的研究表明,在2001~2010年中国居民消费结构中,居住、医疗和娱乐教育服务三项消费将成为促进经济结构变动的新因素。夏杰长和毛中根(2012)也指出,服务消费在居民总消费中的占比将会逐年提高,其优化消费结构和拉动内需的作用也日益显现。

公共性服务业的发展主要依赖政府的投入,生产性服务的发展主要依赖产业互动中制造业对其的市场支撑,而服务消费因为直接面向广大消费者而更依赖于居民的国内消费需求。

市场需求对产业发展的影响主要是用来分析制造业竞争力和产业升级问题。Griliches(1957)以美国杂交玉米为例,分析不同的市场需求条件对企业创新活动的影响。Schmookler(1966)在此基础上提出了著名的Griliches-Schmookler假说,即在市场化国家,某种商品所隐含的创新技术与该国的市场需求密切相关。Pavitt(1984)指出,在新产品的市场推广阶段,消费者的需求、政府的公共采购以及其他企业和专家的需求是至关重要的。Porter(1985)在行业分析时,提出了著名的五力模型(Five Forces Model),其中重要的一个力量就是来自“购买者的力量”。Porter指出,所有的公司都要密切关注顾客的需求,因为需求市场的差异性会导致购买者力量、他们压低价格的能力以及影响产品质量水平方面都存

在较大的差别。从 Porter 研究的每个产业中都能看到本国市场的影响力，他认为内需市场凭借其规模经济的影响力而提高了效率。可见，需求对一个产业的发展有着非常重要的作用，内行的挑剔消费者（Lead Users）实际上就是产品开发者。顾客不挑剔、产业升级的动力不足，企业往往缺乏创新动力。某些制造业产业，如纺织业、印刷业、电子及通信制造业、仪器仪表业等，都非常注重消费者的需求，尤其是消费者的潜在需求，这些行业中的超前的内行而挑剔的消费者是产业创新的直接推动力，也是产业主动创新的方向。

目前对市场需求与产业发展关系的研究大多聚焦于制造产业，对服务业的研究相对较少，尤其缺乏对服务消费的研究。程大中和汪蕊（2006）的研究表明，提高消费者的服务消费支出会带来未来收益的稳定预期，能够促进服务业健康发展和整体经济实现长期增长。本章试图通过中国城镇居民服务消费支出的现状特征，找出影响服务消费支出的因素，并在此基础上提出相关政策建议，进而促进中国城镇服务消费的发展。

二、城镇居民服务消费：概念界定与支出特征

根据《中国统计年鉴》的“指标解释”，服务消费支出指的是用于支付社会提供的各种文化和生活方面的非商品性服务费用。现有的研究在分析服务性消费时，通常对医疗保健、交通和通信、教育文化娱乐和其他服务这四大类别进行计算。我们的研究发现，在其他物质产品消费中的细分类别中，也有非物质的服务消费支出，例如食品消费中的食品加工服务费，衣着消费中的衣着加工服务费，以及家庭设备用品及服务中的家庭服务等。因此我们对此进行了整理，并考虑到统计数据的可获得性，将服务消费支出定义为如下八大类：食品加工服务、衣着加工服务、居住服务、家庭服务、医疗保健、交通通信、文化娱乐与教育服务、其他服务。

根据历年《中国统计年鉴》的相关数据，我们通过计算 1997~2011 年全国城镇居民家庭全年人均服务性消费的支出情况发现，目前中国居民服务消费支出具有如下特点：

第一，城镇居民服务消费支出有了大幅度攀升。表 1-1 显示，1997 年全国城镇人均服务消费支出总额为 1488.74 元，到 2011 年，总额增长到 7843.13 元，

翻了 5.27 倍，平均每年增长 13.6%。从服务性消费占消费总额的比例来看，1997 年占比为 35.57%，此后稳步上升，到 2003 年达到最高值 58.65%，此后几年稍有回落，基本稳定在 50%以上，到 2011 年服务性消费支出占总消费支出的比重约为 51.73%。

表 1-1 1997~2011 年全国城镇居民家庭全年人均服务消费支出

单位：元

时间（年） 类别	1997	1999	2001	2003	2005	2007	2009	2011
食品加工服务	204.23	572.53	315.02	439.46	608.52	762.85	977.71	1184.97
衣着加工服务	15.69	10.95	7.86	6.8	6.67	7.39	7.77	9.56
居住服务	358.64	453.99	547.96	699.39	808.66	982.28	1228.91	1405.01
家庭服务	28.43	37.8	49.22	27.79	35.72	39.9	54.98	72.81
医疗保健	179.68	245.59	343.28	475.98	600.85	699.09	856.41	968.98
交通通信	232.9	310.55	457.02	721.13	996.72	1357.41	1682.57	2149.69
文化娱乐与教育服务	448.38	567.05	690	934.38	1097.46	1329.16	1472.76	1851.74
其他服务	20.79	23.75	28.62	514	104.62	130.27	165.65	200.37
服务性消费总计	1488.74	2222.21	2438.98	3818.93	4259.22	5308.35	6446.76	7843.13
总消费支出	4185.64	4615.91	5309.01	6510.94	7942.88	9997.47	12264.6	15160.9
服务性消费比重（%）	35.57	48.14	45.94	58.65	53.62	53.10	52.56	51.73

资料来源：根据历年《中国统计年鉴》相关数据整理。

第二，城镇居民服务性消费结构有了一定优化，但总体比例还不平衡。从服务性消费支出结构来看，各类别的比重差异非常大，如表 1-2 所示。

表 1-2 1997~2011 年全国城镇居民家庭全年人均服务消费支出结构

单位：%

时间（年） 类别	1997	1999	2001	2003	2005	2007	2009	2011
食品加工服务	13.72	25.76	12.92	11.51	14.29	14.37	15.17	15.11
衣着加工服务	1.05	0.49	0.32	0.18	0.16	0.14	0.1205	0.12
居住服务	24.09	20.43	22.47	18.31	18.99	18.50	19.06	17.91
家庭服务	1.91	1.7	2.02	0.73	0.84	0.75	0.85	0.93
医疗保健	12.07	11.05	14.07	12.46	14.11	13.17	13.28	12.35
交通通信	15.64	13.97	18.74	18.88	23.4	25.57	26.1	27.41
文化娱乐与教育服务	30.12	25.52	28.29	24.47	25.77	25.04	22.85	23.61

续表

时间（年） 类别	1997	1999	2001	2003	2005	2007	2009	2011
其他服务	1.4	1.07	1.17	13.46	2.46	2.45	2.57	2.55
合计	100	100	100	100	100	100	100	100

注：部分数据为四舍五入。
资料来源：根据历年《中国统计年鉴》相关数据整理。

以 2011 年为例，交通通信占比最高，为 27.41%，文化娱乐与教育服务占比第二位，为 23.61%；此外，居住服务和医疗保健分别为 17.91%和 12.35%，都处于支出比例较高的部分。从发展变化趋势来看，交通运输服务支出占比提高较快，从 1997 年的 15.64%提高到 2011 年的 27.41%，这说明随着收入水平的提高，居民最低层次的需求得到一定满足后，开始关注情感交流、旅游等高级需求，这也在一定程度上体现出服务性消费结构的升级。医疗保健服务支出、食品加工服务费、衣着加工服务费、家庭服务等，近 15 年来占比基本保持稳定；居住服务和文化娱乐与教育服务支出占比则出现了显著的下降，其中文化娱乐与教育服务支出占比从 1997 年的 30.12%降至 2011 年的 23.61%，这在一定程度上也反映出消费结构有待进一步优化。

三、影响城镇居民服务消费支出的主要因素

根据经典的微观理论，影响消费需求的主要因素是收入（包括收入水平和收入差距）和价格，而服务消费则在某种程度上取决于其供给的可能性，而城镇化发展水平对城镇居民服务消费以及服务业发展有着较为重要的作用。因此我们拟选择对上述因素进行具体分析。

（一）居民可支配收入水平

居民的可支配收入水平是居民进行各种消费的物质基础，因而是影响居民消费的最主要因素。凯恩斯的绝对收入假说理论对消费函数进行了高度抽象，利用边际消费倾向来分析收入与消费之间的关系，认为当前消费主要依赖于当前收入。虽然凯恩斯的绝对收入假说后来受到生命周期假说（Life Cycle Hypothesis）

和持久收入假说 (Permanent Income Hypothesis) 的挑战, 后两者的观点也支持收入影响消费的主要论断。方福前 (2009) 的研究也表明, 中国居民消费需求持续低迷的原因之一就是国民收入分配中居民占有份额不断下降。服务消费支出不仅受当期居民可支配收入水平的影响, 还会受未来收入预期的影响。失业率的增加以及社会保障体系的不完善也直接加大了居民收入的不确定性。中国社会科学院《2013 年社会蓝皮书》指出, 2012 年城镇登记失业率虽然稳定在 4.1% 左右, 但是在所谓的新成长失业青年中, 应届高校毕业生失业率占 51.4%。而此前《2009 年社会蓝皮书》表明, 全国调查城镇失业率高达 9.6%, 而官方统计仅为 4%。孙光德、董克用 (2000) 的研究表明, 1991~1994 年, 占中国人口 80% 的农民只享有 10% 左右的社会保障费用。而且据统计, 中国目前大约有 4 亿人没有任何社会保障。恩格尔定律指出, 随着收入水平提高, 食品支出占比会不断下降, 这与马斯洛的需求理论以及 Clark 的需求层级假设是一致的。Fuchs (1968) 也指出, 服务消费的收入弹性大于 1, 这就意味着随着收入水平的提高, 消费性支出会提高得更快。

如果将中国社会分成三类群体: 政府、城镇居民和农民, 我们会发现, 改革开放过程中政府所得到的好处是最多的。根据历年《中国统计年鉴》计算, 从名义收入来看, 1990 年全国财政收入是 2937.1 亿元, 同期城镇居民可支配收入和农村居民纯收入分别是 1510.16 元和 686.31 元; 2012 年, 这三个指标分别是 117209.8 亿元、24564.7 元和 7916.6 元, 22 年来分别增加了 38.9 倍、15.3 倍和 10.5 倍。国民收入的不均等分配使得政府最大限度地享受了经济增长的好处。在这种情况下, 政府掌握的财力较多, 居民占有财富较少, 收入份额的相对下降使其对服务消费的需求不足。

(二) 服务价格指数

居民的服务性消费还受到服务价格的影响。自 1985 年以来, 中国服务项目价格指数大大高于居民消费物价指数、商品零售价格指数、工业品出厂价格指数、原材料燃料动力购进价格指数以及固定资产投资价格指数等各类指数。由于服务部分劳动生产率增长相对滞后、服务需求缺乏价格弹性, 服务价格又在不断上涨, 服务支出比重增加, 因此中国在服务消费方面已经显露出“成本病”迹象。程大中 (2009) 的进一步研究表明, 服务价格上涨对整个经济结构的影响主要取决于实际的服务需求。如果以实际值表示的服务需求保持不变, 服务价格上涨则仅仅使服务的名义支出份额上升。

服务价格上升一定程度上表现为居民服务消费支出上升，从而给人以服务业已经充分发展的假象，因为消费者服务支出的扩大可能并不是基于实际供给能力的增加，而是基于服务价格的上升。此外，根据需求法则，一种商品的价格提高会导致消费者对该商品需求量下降。服务价格的提高在一定程度上减少了服务性消费需求，有可能限制消费服务业发展。一个可能的结果是，考虑到服务消费的需求价格弹性的特殊性，居民的服务消费支出会随着服务价格指数的提高而降低，这需要通过实证检验来分析。

（三）收入差距

根据凯恩斯的绝对收入假说理论，平均消费倾向随着可支配收入的增加而不断下降。在收入分配极端不均的情况下，如果收入集中在少数高收入阶层，整个社会的平均消费倾向就会较低。且由于高收入水平群体有着较低的边际消费倾向，也会导致收入分配差距拉大后全社会边际消费倾向的降低，而服务性消费由于其需求收入弹性相对较大，而会受到更大的冲击和影响。

中国收入分配不均体现在城乡、地区 and 行业等多个层面。城乡差距主要表现在城镇居民可支配收入与农村居民纯收入的差异，行业差距则表现为最高行业平均工资与最低行业平均工资的倍数，地区差异可以用最高地区人均可支配收入和最低地区人均可支配收入的倍数来衡量。以城乡差距为例，2012年城镇居民可支配收入和农村居民纯收入分别是24564.7元和7916.6元，两者收入差异绝对数为16648.1元，城市是农村的3.103倍。综合收入差距我们用基尼系数来反映，1997~2012年中国基尼系数一直维持在0.4以上，这表明中国收入差距非常明显，一直高于所谓的国际警戒线。

（四）城市化发展水平

城市化是农村自然经济向城市集约经济的转变，农村人口转变为城市人口。在这一转变过程中必然伴随着农村生活方式向城市生活方式的转变，其中包括消费观念、消费习惯、消费行为以及消费能力等。李林杰等（2007）的研究表明，城市化进程的加快能够提高居民的收入水平，改变原来农村人口的消费习惯，加快城乡沟通和居民消费环境的改善，同时也能拓展不同消费领域并产生“累积效应”。因此，城市化水平的提高对国内消费需求的改善有着重要影响，尤其是服务消费支出比例会大幅度提高。