

2009

中国市场消费 与对外经贸分析报告

国家统计局贸易外经统计司 编

 **中国统计出版社**
China Statistics Press

2009

中国市场消费 与对外经贸分析报告



中国统计出版社
China Statistics Press

(京)新登字 041 号

图书在版编目(CIP)数据

中国市场消费与对外经贸分析报告. 2009/国家统计局
贸易外经统计司编. —北京:中国统计出版社, 2010. 1

ISBN 978—7—5037—5897—3

I. ①中… II. ①国… III. ①消费—市场—研究报告
—中国—2009②对外贸易—研究报告—中国—2009 IV.
①F723②F752

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2009)第 240728 号

中国市场消费与对外经贸分析报告—2009

作 者/国家统计局贸易外经统计司

责任编辑/马 平

装帧设计/杨 超

出版发行/中国统计出版社

通信地址/北京市西城区月坛南街 57 号 邮政编码/100826

办公地址/北京市丰台区西三环南路甲 6 号

电 话/邮购(010)63376907 书店(010)68783172

印 刷/河北天普润印刷厂

开 本/787×1092mm 1/16

字 数/620 千字

印 张/26.25

版 别/2010 年 3 月第 2 版

版 次/2010 年 3 月第 2 次印刷

书 号/ISBN 978—7—5037—5897—3/F·2888

定 价/68.00 元

版权所有。未经许可,本书的任何部分不准以任何方式在世界任何地区
以任何文字翻印、拷贝、仿制或转载。

中国统计版图书,如有印装错误,本社发行部负责调换。

《中国市场消费与对外经贸分析报告—2009》

编辑成员

顾 问:徐一帆

主 编:宋跃征

副 主 编:王克臣 蔺 涛

编辑人员:(以姓氏笔画为序)

方国根	毛小美	王贵奎	王 智	龙 玲
卢 山	叶 盛	刘晓燕	刘旭玲	陈群林
杜 燕	李 敏	严先溥	张 敏	罗卫华
孟 好	杨 壮	胡春霖	赵则勇	袁 彦
崔晓红				

前言

近年来,全国贸易外经统计系统进一步强化对消费品市场和进出口等经济运行情况的跟踪监测,针对经济运行中的新情况、新问题,围绕热点和难点问题,加强调研,深入分析。尤其是2008年下半年全球金融危机以来,面对复杂多变的国际国内大环境对我国经济运行的影响,各级贸易外经统计工作者努力发挥统计职能作用,加强了对市场运行的统计分析,及时反映市场、消费、外经外贸变化动态,撰写了大量进度和专题性统计分析报告,统计服务能力进一步提高,得到了各级领导的肯定,产生了较好的效果与社会反响。

近两年撰写的分析报告,内容涉及消费品市场运行情况、居民消费需求和结构变化、行业发展状况、进出口贸易、利用外资和旅游发展情况等诸多方面。现择选其中部分成果编辑成册,供社会各界参考。

本书分为《市场与消费篇》、《外经外贸篇》、《行业发展篇》和《专题分析篇》,共收录国家统计局贸易外经司和各省、自治区、直辖市统计局贸易外经处和调查总队商业(投资)处撰写的研究报告56篇。

编 者

一、市场与消费篇

- 对消费需求增长态势和可持续性的分析与判断/3
- 消费品市场实现由紧缺向繁荣的重大跨越/13
- 国内市场实现了商品由短缺向总量基本平衡的根本性转变/18
- 多管齐下力促我国居民消费水平稳步协调与均衡地提高/22
- 2008年消费品市场呈快速发展态势/35
- 扩大消费需求 拉动经济增长/41
- 扩大消费需求的瓶颈因素与路径选择/47
- 充分发挥流通引导生产、促进消费的作用/53
- 拓展消费空间 释放需求潜能/69
- 扩大内需的重点和难点分析/75
- 扩大青海城乡居民消费问题研究/81
- 消费对河南省经济增长的拉动作用研究/92
- 消费对四川经济增长影响研究/100
- 加快消费增长,协调投资、出口对经济的拉动研究/115
- 汶川特大地震对四川消费品市场的影响分析/126
- 湖北省农村消费市场新亮点新问题新举措研究/128
- 抓住契机 重启农村消费“引擎”/136
- 福建省落实扩大农村消费项目的成效、问题及建议/143
- 惠农政策赢赞誉 强化措施促消费/149
- 从全国视角看北京市社会消费品零售总额的发展变化情况/154

二、外经外贸篇

- 实现了从封闭半封闭到全方位开放的伟大历史转折/161
- 2007年我国进出口贸易形势分析及2008年展望/170
- 2008年我国对外经济贸易发展情况/179
- 重新认识进口贸易对经济发展的影响与促进作用/184
- 当前中小型出口企业面临的困境及原因探析/192
- 近两年来我国外商直接投资发展情况和当前形势下的政策建议/198
- 上海发展国际服务贸易难点问题研究/202

服务贸易成为浙江经济转型升级中的新亮点/215
巩固和扩大外贸出口的研究/219
积极应对金融危机 努力增强外需拉动力/227
湖南外经贸应对金融危机的对策思考/233
天津市三资企业发展状况、作用及思考/241
沿海三市利用外商直接投资比较分析/246

三、行业发展篇

我国零售业发展与经济增长关系的实证分析/255
中国地区零售业竞争力实证研究/264
河北贸易经济发展情况与沿海地区比较/270
新疆餐饮业发展潜力研究/277
山东省物流产业发展研究/288
打造现代物流业 促进陕西服务业快速发展/295
发挥毗邻区位优势 做大做强安徽旅游产业/299
对促进吉林省旅游业发展成为经济支柱产业的思考/305
把山西旅游资源优势转化为产业优势的思考/311
四川旅游灾后恢复重建研究/318
发挥新疆特色资源优势 谋划红色产业战略/326

四、专题分析篇

近几年来我国商品交易市场发展状况分析/335
入世以来我国农产品市场发展状况研究/338
我国区域经济发展差距的成因与走向实证分析/344
消费品市场繁荣活跃 国际贸易中心建设成效显著/356
山东省亿元以上商品交易市场拉动内需功不可没/362
陕西省重点商品交易市场发展现状简析/366
关于辽宁省家电下乡和扩大农村市场的对策建议/368
福建省家电下乡政策效应分析/374
家电下乡扩大农村消费政策成效明显 存在的问题必须引起高度重视/379
促进汽车消费对扩内需保增长可做出更大贡献/387
汽车消费对内需市场的影响力浅析/391
江苏开发区发展绩效与面临的新挑战/396
山东省开发区发展模式转型与升级研究/403

2009

一、市場与消費篇

对消费需求增长态势和可持续性的分析与判断

十七大报告指出,今后几年要坚持扩大国内需求特别是消费需求的方针,促进经济增长由主要依靠投资、出口拉动,向依靠消费、投资、出口协调拉动转变。近几年来,由于实施了提高居民收入、促进消费等一系列宏观调控措施,国内消费市场呈现较快增长态势。但与投资、出口的高速增长相比,消费需求增速仍显不高。扩大内需,促进并保持消费的可持续增长,已成为我国经济又好又快发展的战略性问题。2007年,伴随着经济的持续快速发展,居民消费能力得到了进一步提升,消费需求保持了旺盛的增长势头,社会消费品零售总额实际增长速度创下近10年来的新高。消费需求对经济增长的贡献提高,逐渐成为拉动经济增长的重要引擎,这是多年来宏观调控所期盼的结果。

驱动消费需求快速增长的因素是多方面、深层次的。从中长期分析,消费需求仍具有一定的可持续性,消费潜力依然可观。要进一步深化收入分配体制和社保体制改革,壮大中低收入群体的消费能力,充分释放城乡居民的潜在购买力,才能实现消费、投资和

出口协调拉动经济增长的目标。

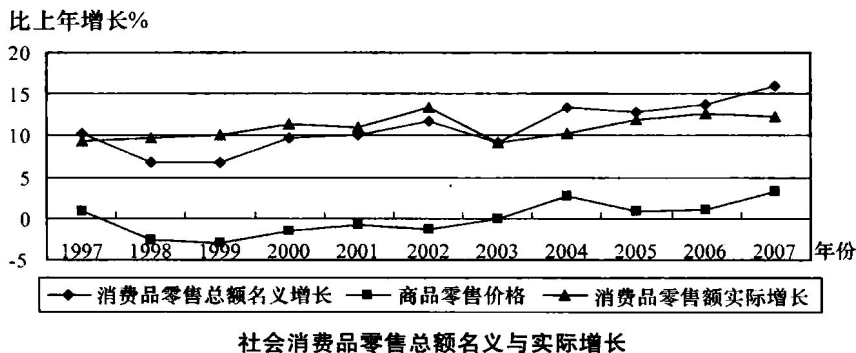
一、消费需求趋于正常偏旺的几点判断

长期以来,我国经济增长由投资、出口、消费“三驾马车”拉动,其中以消费为最弱,投资最强,但2007年消费需求增速呈加速增长态势,初步显现“三驾马车”共同拉动经济增长的局面。主要表现在以下几方面:

(一)商品性消费继续快速增长,处于正常偏旺状态

2007年,作为衡量居民和社会集团实物性消费规模和水平的重要指标—社会消费品零售总额实现8.9万亿元,比上年增长16.8%,增幅提高3.1个百分点,这是1997年亚洲金融危机以来我国消费品零售额名义增长的最快速度。从趋势看,呈加快态势,其增幅不仅高于1998—2006年的年平均增幅6.4个百分点,也高于近些年2003—2006年的平均增幅4.6个百分点。

考虑到2007年商品零售物价涨幅较大,



扣除物价上涨因素后,实物消费量增幅达到12.5%,高于上年0.2个百分点,成为13年以来实物性消费增长最快的第二个年份(2005年为12.6%)。其实际增幅也分别比“九五”和“十五”时期的平均增幅高出1.8个和1.4个百分点。

根据历史数据测算的结果表明,改革开放以来,与10%的GDP潜在增速相匹配的消费实际增速为12%左右。与其他国家比较,我国消费增速处于国际领先水平,其他国家高于10%的很少。由此可看出,2007年商品性消费需求增速已经不低,属于正常偏旺状态。消费品零售额名义增长和实际增长双双呈现快速增长,一方面预示消费品市场已摆脱消费低迷状态,步入偏旺的态势,另一方面表明实施多年的扩大内需,促进消费的政策措施已初见成效。

(二)市场供求关系趋于协调,经济运行并未出现“高增长、高需求、高通胀”的“三高”局面

从2003年开始,宏观经济政策的重点是控制投资需求过快增长,并取得了积极成效;2006年以来,通过实施控制出口,特别是“两高一资”产品出口的增长,稳定外部需求等一系列措施,开始取得成效。从总体看,总需求中的投资与出口需求增长受到一定抑制。在市场需求拉动下,国内各类商品供给和进口供给加快增长。因此,在经济持续较快增长的过程中,供求总量关系并不是向供不应求的方向发展,而是向供求平衡甚至局部产能过剩的方向发展,国内商品市场供求关系趋于协调。据商务部对600种主要商品统计,供求基本平衡的商品占全部商品的比重由2002年下半年的13.7%提高到2007年下半年的18.1%;而供过于求的商品由86.3%下降到81%,长时间在市场上供不应求的商品已基本消失。

从我国经济运行的历史经验来看,自从1985年以来,凡是社会消费品零售总额增速

超过15%的年份,居民消费价格涨幅都是比较高的。同时,发生严重通货膨胀的年份都是投资和消费双膨胀的年份,最典型的是1988年和1994年。1988年全社会固定资产投资和社会消费品零售总额分别增长25.4%和27.8%,当年居民消费价格上涨18.8%,成为当时改革开放以来的第一次价格上涨高峰;1994年全社会固定资产投资和社会消费品零售总额均增长30.4%,当年居民消费价格上涨24.1%,再次创出改革开放以来居民消费价格涨幅的新高。但是在2003—2006年,虽然全社会固定资产投资增幅均在20%以上,平均增幅超过25%,但由于消费增长相对平稳,各年的增长幅度均在14%以下,平均增长幅度低于12.5%,没有出现与固定资产投资相应的高速增长,因此这几年没有出现明显的通货膨胀。

从近三年的市场运行与物价变动看,2005—2007年虽然社会商品零售总额的名义增长率持续维持在高位,但扣除物价上涨因素,实际年增长率基本稳定在12%左右。在此期间,2005—2006年商品零售价格在较低水平上运行(0.8%—1%),直到2006年年底才出现较大幅度的上涨。

需要指出的是,2007年,宏观经济高度景气,GDP和CPI创下12年来的新高,但价格的大幅度上涨与实物销售量的基本稳定同时并存,社会消费品零售总额扣除物价上涨因素后,实物消费量增幅还低于上年0.1个百分点。出现这一反差现象一方面表明2007年尽管商品零售价格上涨过快,但居民实物消费量并没有随物价的上涨而猛增,“买涨不买落”的消费行为并未在市场显现,更没有出现市场抢购现象,表明居民消费心理和行为已趋于理性;另一方面,说明目前经济由偏快转向过热的风险主要是由投资单膨胀造成的,而非消费需求拉动,和历史上投资、消费双膨胀造成的经济过热截然不同。增幅还低于上年0.1个百分点。

从总体上看,经济运行中并没有再现我

们不愿意看到的“高增长、高需求、高通胀”的局面。CPI 创近年来的新高,主要是由于供给面的结构性缺失,少数商品的供应紧张以及投资造成的成本推动形成的,并非需求膨胀的拉动。受众多因素影响,今后直接由需求拉动通胀的可能性也不大。

(三)消费需求对经济增长的贡献率有所提高

2007 年以来,投资需求对经济增长的拉动作用有所减弱,但消费需求的贡献率却有所加大。据核算司初步核算,2007 年拉动经济增长的“三驾马车”中,最终消费功不可没,对 GDP 的贡献 7 年来首次超过投资。在 11.4% 的 GDP 增长中,消费、投资、净出口对增长的贡献率分别为 38.6%、37.7% 和 23.7%,分别拉动 4.4、4.3、2.7 个百分点。2007 年社会消费品零售总额实际增长 12.5%,继续高于经济增长速度,对经济增长的贡献率在稳步提高。这表明我国经济高速增长成功地由生产领域转向消费领域,从外贸拉动型向内需推动型转换。稳步攀升的新一轮消费增长,逐渐成为引领经济持续增长最

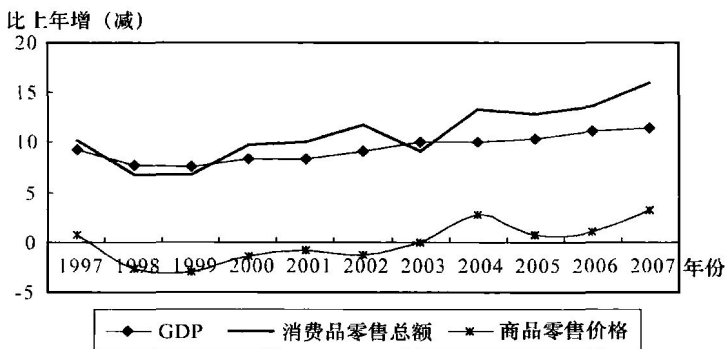
重要的因素,显示出消费拉动的强大动力。

(四)消费与投资增长率差距缩小,“三驾马车”协同拉动的局面初步显现

近几年来,消费占 GDP 的比重逐年下降,最根本的原因是相对于投资、出口增速过快,消费增速偏低,造成三者比例关系的失衡。加上居民消费能力和抗风险能力增强,消费比较理性,按需消费、适度消费比较普遍,不容易出现过热现象,而投资、出口则受众多因素影响,出现过热现象的机率偏高。

2007 年,消费与投资增长关系趋于协调,差距缩小。在国家“有保有压”投资调控政策的作用下,投资结构趋于优化,速度有所减慢。全社会固定资产投资比上年增长 24.8%,增速仅比上年加快 0.9 个百分点。而消费需求稳中趋旺,消费品零售总额增速呈现了逐月加快的态势。

2004—2006 年连续三年社会消费品零售总额实际增长高于 GDP 增幅,2007 年消费品零售总额名义增速比上年加快 3.1 个百分点,实际增速加快 0.2 个百分点,并继续高于经济增长 1 个百分点左右。



社会消费品零售总额与相关指标比较

可见,消费、投资的增长速度差距正在缩小,消费对经济的拉动力明显增强,经济增长已从过去主要依赖投资和出口拉动,逐渐转向“三驾马车”协同拉动的局面。

(五)服务性消费比重迅速提高,拓展了消费需求的空間

居民消费包括实物性消费和服务性消费。2007 年,城乡居民除商品性消费支出快速增长外,消费开始从满足于基本的生存需

求向重视提高生活质量的方向转变,从追求物质消费向追求精神消费和服务消费转变,花钱买享受、买时尚、买轻松、买健康等正成为城镇居民消费的新趋势。消费结构的变化越来越体现生活质量的提升,各种高档消费品如住房、汽车等需求增长的同时,也随之提高了对服务消费的需求,消费热点集中在教育、信息、旅游、医疗保健、文化等发展和享受方面

据调查统计,2006 年城镇居民服务性消费支出占全部消费支出的比重为 28.1%,农村居民服务性支出的比重为 30.6%,如按城乡居民服务性支出比重提高到 30%测算,2002—2007 年年均增加消费需求约 210 亿元,拉动经济增长 0.28 个百分点。

二、众多深层次因素推动了消费需求的快速增长

(一)国内消费市场特有的因素拓宽了消费需求的空间

与其它国家相比,近几年国内消费市场的繁荣与活跃,有其固有的推动因素和独特的拉动力,这些因素在 2007 年表现更为突出。

1. 政策因素—提升了消费能力,改善了消费环境

调整投资和消费的关系,一直成为近年来我国宏观调控的一个重点目标。2007 年,为推动消费,创造好的消费预期,国家在提升居民收入方面做出了诸多努力,尤其在增加社保投入,降低居民生活压力等方面出台了众多政策措施,效果不断显现。如实施“四减免、四补贴”等支农惠农政策,促进农民增收;中央财政安排补助资金 30 亿元在全国普遍建立农村最低生活保障制度;在 2006 年 29 个省(区、市)调整最低工资标准的基础上,再次在部分地区提高了最低工资标准,促进了低收入劳动者工资水平的有效增长。

大力支持地方做好低保工作,切实保障

困难群众基本生活。近年来中央财政不断加大城市低保资金补助力度,由 2000 年的 8 亿元增加到 2007 年的 151 亿元,覆盖人数由 2000 年的 400 多万人增加到目前的 2200 多万人,基本实现了城市居民最低生活保障对象应保尽保,使城镇低收入人员基本生活得到了较好保障。

应该说,国家出台的一系列增收富民措施,对消费的拉动作用明显增大。据统计,2007 年城镇居民人均可支配收入实际增长 12.2%,增幅高于上年 1.8 个百分点;农村居民人均纯收入实际增长 9.5%,高于上年 2.1 个百分点,为改革开放以来最高增幅。收入水平的稳步提高,一方面直接对市场形成了较强的消费能力和购买力,为消费需求的快速增长提供了前提条件;另一方面提高了居民的抗风险能力,增强了对市场变化的经济承受力。

在居民收入增加的同时,为营造良好的消费环境,有关部门重点培育农村消费,大力促进城市消费,继续做好城市商业网点规划,整顿和规范市场秩序,并鼓励支持有条件的地区大型流通企业和中心商业街区展开消费和品牌推广活动。

另外,还扩大服务消费,培育消费热点,注重扩大住与行带动家具、家电、家装、家纺、家饰的相关消费;推动二手车消费,引导汽车消费升级。并推动循环消费,大力发展旧货流通,建立旧货从城市富裕家庭向贫困农民和城市低收入者流动的畅通渠道,形成梯次消费。

2. 人口及城市化进程加快促进了消费的增长

人口规模决定市场容量和消费潜力。一般来说,在不考虑收入状况的条件下,人口多的国家,其消费规模也较大。我国每年新增人口 750 万人左右,约增加消费需求 500 亿元。从现实情况来看,也基本符合这一规律。中国是世界第一大人口国家,拥有 13.1 亿人口,虽然人均收入水平较低,但消费规模却是

世界第一。据总部位于华盛顿的环境调查集团地球政策研究所的报告称,尽管中国的人口是美国人口的 4.5 倍,人均年收入仅仅是美国的七分之一,但目前中国已超过美国成为最大的食品和工业品消费国。例如中国 2004 年消费了 3.82 亿吨谷物,相比之下美国为 2.78 亿吨,同时,中国消费了 6300 万吨肉制品,美国则为 3700 万吨。

此外,近几年我国城市化进程加快,也带动了消费增长。自 1996 年以来,人口增长方式发生根本转变,农村人口呈现负增长,城镇人口每年净增加约 2000 万人,如按城乡居民消费水平的差额计算,每年约新增消费 1500 亿元。2006 年城镇人口比重达到 43.9%,预计在 2010 年,城镇人口将超过农村人口。随着城市人口的增加,城市消费逐渐占据了主导地位,并逐渐得到稳固和加强。据测算,城市化率提高 1 个百分点,约拉动最终消费增长 1.6 个百分点。随着城市化进程的逐步推进,新增城市人口将进一步创造新的消费需求。

3. 社会集团消费对市场的助推力不断加大

从购买对象看,消费市场主要由居民个人和社会集团组成。改革开放以来,经济增长的加快,往往伴随着集团消费的快速增长。尤其是近几年,集团消费骤增,消费档次不断提高,办公用品更新换代速度大大加快。主要表现为行政机关、事业单位和社会团体加快了办公自动化建设步伐,添置和更新了大批量的计算机、复印机等办公设备和交通工具。不少单位还改善了办公条件和办公环境,加大了对装修、装潢等建材商品的需求。这些因素造成了社会集团消费在社会消费品零售总额的比重不断扩大,集团购买力对市场的快速发展起到重要的助推作用。

根据有关资料初步测算,1990—2002 年,社会集团累计购买消费品的数量约占社会消费品零售总量的 10.9%,但在增量中则占到 14.1%。也就是说在社会消费品零售总量平均每年递增的 9.2% 中,有 1.3 个百分点是由

于社会集团增加购买而带来的。初步测算,2003~2007 年,集团消费品零售额约占社会消费品零售总额的比重为 17% 左右,约拉动零售总额增长 2.3 个百分点。

另据财政部资料显示,1990~2006 年,在财政支出中,行政管理费支出额年均增长 17.4%,比社会消费品零售总额平均增速高出 1.4 个百分点,从中可看出集团购买力的强盛。

4. 财富效应在消费市场有所显现

如果其他条件不变,多数居民在预计资产增值的情况下将会扩大消费。作为宏观经济晴雨表的证券场所表现出的财富效应,成为促进消费的重要推动力之一。从一些国家的股市发展规律看,股市由盛转衰周期的程度和持续时间对消费周期的起伏有着重要的影响,财富效应会从一个市场渗透至其他市场。如果股市的估值停留在当前水平附近,积极的财富效应会逐步渗透到消费领域。美国和日本以往的经验表明,股票价格和房地产价格存在高度(70% 左右)的正相关联系,因为二者可能受相同宏观因素(如低利率和强劲的经济增长)的推动。

始于 2006 年下半年的牛市,2007 年上证指数一度超过 6000 点,给大多数股民增加了财富效应,其对消费的刺激作用比历史上的任何一次都要明显,无论是家庭持股的数量还是流通股所占 GDP 比重,都达到了历史最高水平。财富效应的前期影响已经在各种市场(如房地产、汽车、奢侈品、古董和艺术品)得到初步显现。据专家估算,在今后两年内,当股市资产价格每增加 100 元,中国居民就会相应增加大约 1—1.5 元的家庭消费。股市的大幅回升所积累的财富效应,有力地支撑了消费需求增长,尤其推动了高收入群体的消费与投资。

(二) 结构升级产品销售增幅仍居高位,继续推动消费增长

在本轮消费加速增长周期中,引导城市

消费高位增长的是与消费结构升级相关的住行类产品,汽车、住房以及相关消费需求大幅度增加延长了城市消费持续快速增长的周期,也拓展了城市消费大幅增长的空間。

2007年,住、行等用类商品销售增幅明显快于吃、穿类商品销售增幅。限额以上批发零售业吃、穿、用商品类零售额同比分别增长25.9%、25.5%和25.3%,扣除价格因素,食品类销量增长12.5%,与上年基本持平。在用类商品中零售额增长最快的前5位依次是:建筑及装潢材料类增长43.6%,家具类增长43.2%,金银珠宝类增长41.7%,汽车类增长36.9%,家用电器和音像器材类增长23.4%。从目前市场销售情况看,以汽车、家用电器、化妆品和金银珠宝等为代表的现代生活用品销售快速增长,在消费品零售额中的比重明显上升,对零售总额的贡献率提高。

(三)居民消费信心指数走高对消费起到一定作用

经济持续高增长、收入水平提高、人民币升值以及中国在世界经济中的地位提高,居民对未来预期看好,成为消费者信心持续走高的主要支撑因素;各级政府加大了社会保障的投入,更加致力于解决教育、医疗、住房等民生问题,消费信心增强,消费需求不断增长。这些因素促进了我国消费者信心的持续走高。

2007年以来,消费者信心指数逐季提高,并创下近三年来最高水平。从目前来看,消费者信心指数2007年第三季度为97.0,比二季度提高0.2点。消费者信心指数连续几个季度处于高位并持续增长,反映消费者对经济增长的信心与日俱增,对消费需求的快速增长功不可没。

(四)农村市场的升温对新增消费的贡献不断扩大

多年来,我国消费需求增长缓慢,与农村市场启而不动密切相关。最近几年消费需求

持续快速增长,在很大程度上缘于农村消费增速不断加快,2007年农村消费增幅加快尤为突出,推动了整体消费的快速增长。

2007年城市消费品零售额比上年增长17.2%,加快2.9个百分点;县及县以下零售额增长15.8%,加快3.2个百分点。城乡居民消费增幅进一步缩小,增速差距由2005年的2.1个百分点,2006年的1.7个百分点,缩小到2007年的1.4个百分点。农村市场对社会消费品零售总额增长的贡献率,由2005年的29.7%提高到2007年的30.7%,拉动消费品零售总额增长由3.8个百分点提高到5.2个百分点。

(五)人民币升值和进口商品增加对国内消费市场的影响加大

自2005年人民币实行汇改以来,人民币一直呈现升值态势,2007年以来,人民币汇率总体呈现“加速升值”的特征,人民币对美元汇率升值幅度超过6%,人民币升值以后,表明同等数量的货币单位的购买力相应提高,有助于提高国民的整体购买能力。一方面提高国内金融资产的相对市场价格,使国内居民获得更大的财富效应,提升购买力,进而刺激国内的消费需求;另一方面使进口商品的价格相对下降,出境旅游、购买进口商品等变得相对地便宜,这些都会刺激居民的消费。

近几年,国内商品市场逐渐转向全面开放,居民消费渐趋国际化,主要表现在对商品的品种、质量、价格和服务等方面的需求增加,消费档次提高。据海关统计,2007年我国食品及活动物进口额比上年增长15%,饮料及烟类增长34.7%。其中食用植物油增长97.9%,大豆增长53.2%;机电产品进口额增长16.7%,其中电器及电子产品进口额增长17.3%。一些高档商品进口量大增,小轿车进口量与上年同期相比,增幅达25.3%。进口商品的快速增长,表明居民消费已渐趋国际化,消费档次快速提升。

三、消费需求继续快速增长 具有可持续性

20多年来,我国经历了三次消费高峰,第一次在1984—1989年,第二次消费高峰在1992—1997年,而目前正处在第三次的上行阶段。起始于2002年第三季度的本轮经济景气周期,距今已有近6年的时间,而居民消费需求在2004年以后才启动并升温。这表明消费需求增长要滞后于经济增长一年左右。从我国经济的运行规律和发展趋势分析,消费需求将逐渐充当推动经济发展的主要动力,中长期快速增长具有可持续性。伴随着经济持续增长,消费增长的空间会进一步扩展。城乡居民购买力和抗风险能力的增强,必将带动消费结构升级和消费热点转换,未来几年消费需求非但不会减弱,反而还会持续保持较快的增长态势。

支撑2008年和今后几年消费需求持续增长有几大因素:

1. 国家长期坚持扩大内需,鼓励消费的方针政策不会改变,消费有望在经济增长中发挥更大的作用

2006年以来,我国经济持续高速增长,为了预防经济增长由偏快转向过热,也为了减少外贸摩擦,国家出台了一系列控制投资过快增长,抑制贸易顺差激增的政策措施,投资需求和出口需求的增长或多或少会受到影响。但对于消费需求始终采取鼓励、扩大、支持的政策导向,调整投资和消费关系,增强消费对经济增长的拉动作用是宏观调控的主基调。中央经济工作会议在部署2008年经济工作时,强调要坚持扩大国内需求特别是消费需求的方针,努力实现由主要依靠投资、出口拉动向依靠消费、投资、出口协调拉动转变,显示出国家扩大消费的政策基本面短期内不会发生变化,因而消费需求持续增长的势头不会逆转。

2008年,宏观调控将进一步加强,加息、

提高存款准备金率以及发行特别国债、对房地产业的调控等一系列宏观调控措施,将会使得投资增速减缓。从外需看,人民币的持续升值,美国经济受到次贷危机影响可能出现衰退,将影响到全球经济的增长,对我国出口影响将逐步显现。因此,在投资和出口增速放缓的同时,推动消费升级,拉动消费增长,将成为今后我国经济保持高速发展的关键因素。

2. 宏观调控政策将有效地提高居民购买力,支撑消费需求的持续增长

中央经济工作会议强调,2008年要合理调整国民收入分配,提高城乡居民收入水平,提高劳动报酬在初次分配中的比重,增加低收入者收入,建立企业职工工资正常增长机制和支付保障机制。各种迹象表明,2008年国民经济持续快速增长的势头不会改变,企业盈利仍将保持较高水平,速度快、效益好的经济运行环境有助于生产和消费形成良性循环,支持消费扩大。

一方面,城乡居民收入前景依然乐观。提高离退休人员养老金标准、最低工资标准和失业保险金标准,增发低保对象临时补贴以及上调个人所得税起征点,都将提高居民实际可支配收入。另一方面,消费心理将大为改善,从而将促使居民提高消费率。2008年中央财政的转移支付将比上年增加,随着全国范围内免收学费、医疗保障、保障性住房等社会保障性措施的逐步到位,后顾之忧将得到缓解。

此外,农民在政策倾斜和农副产品涨价的双重作用下,收入增长有望超过前两年。城乡居民收入水平的不断提升,将有力推动消费的快速增长。

3. 人口结构决定了消费潜力的空间

人口是推动消费需求增长的重要因素。中国是人口大国,巨大的人口红利,将使消费从2008年开始进入黄金时代。根据国际经验,个人消费支出的高峰期一般在40—50岁左右,这也意味着,2010年前后10年将是

国消费增长最快的时期,现阶段的消费增长正处于高峰期的开端。上世纪 60 年代的高生育率,使从 90 年代开始就逐渐迎来了人口增加带来的需求扩张。这一年龄段的人口目前正逐渐度过高储蓄期,消费需求将呈快速增长态势。

据预测,未来一段时期,我国即将步入第三波消费高峰,而人口出生率和人口结构是影响消费结构的关键。1981 年之前出生的独生子女有 9000 万人,目前正处于收入和消费的上升期,而 1992—1998 年出生的独生子女约有 3 亿多人,也将逐步进入消费年龄,这两代人的消费倾向要远高于储蓄倾向。

4. 与消费结构升级相关的热点消费仍将持续。

目前,我国已经进入新的自主性经济增长周期,其动力源于居民消费结构的进一步升级,从发展趋势看,汽车和住房等消费升级产品仍将保持较快增长。

一是汽车与住房对经济的拉动力方兴未艾。随着消费升级,汽车进入家庭已经成为一个不可逆转的趋势。目前我国千人拥有汽车大约为 30 辆,远低于世界平均水平(120 辆/千人)。预计到 2020 年,我国汽车销量的年均增速将在 12% 左右,私人汽车将达到 9000 万辆,轿车年销量将突破 1000 万辆。

二是房地产业能否健康发展,对整个经济增长的影响越来越大。未来住房将是消费结构升级的重点。此外住房、轿车带动的消费升级力度带动对家电、纺织品、家具、五金电料等商品的需求扩张。

三是中国经济正处于城市化、工业化发展初期,未来 10—15 年将是我国经济重要的发展机遇期,这一阶段,整个经济总量和规模将上一个新的台阶。因此,未来 10 多年将是消费的黄金时期,发展空间十分巨大。目前医疗、文化、体育、娱乐、旅游、餐饮、家政、物业管理等消费,不仅所占比重偏低,而且产品与市场十分狭小,也预示着居民消费在这方面具有巨大的增长空间。

5. 农产品涨价对农民增收促进较大,有利于农村市场的繁荣

受多种因素的影响,农副产品价格仍将维持在高位,农民从涨价中将继续获得一定的收益。此外,2008 年财政对农业补贴数量增大、进度提前,有利于农民消化农资涨价因素,而国家继续实行农产品最低保护价收购政策,有利于农民务农收入的增长。农民增收前景看好,将有力促进农民消费的增长。

6. 加快城市化进程将成为消费扩张的动力

据测算,目前 1 个城镇居民的消费水平大体相当于 3 个农民的消费;城市化率提高 1 个百分点,就会有 100~120 万人口从农村到城市,由于城市人口的消费是农村的 2.7~3 倍,约拉动最终消费增长 1.6 个百分点。今后几年我国城市化将会进一步加快,将带动周边农村消费品市场的发展。此外,农民进城打工将进一步推动农村人口向城镇地区转移,这将促进部分农村居民消费观念和消费方式的转变,推动其消费增长和消费结构变化。

7. 举办奥运会将促进相关消费的大幅增长

从其他举办过奥运会的国家经验显示,举办奥运会将对该国发展经济和扩大消费具有很大的拉动作用。据专家测算,奥运会将拉动中国经济当年增长 0.3 个百分点。除了对投资有拉动作用外,奥运会还具有对旅游业、餐饮业、商业等服务消费增长的拉动作用。

8. 消费国际化的潜力巨大

经济全球化必然带来消费全球化。随着我国对外开放不断扩大,“引进来”与“走出去”不断增加,国外主要是发达国家的消费理念、消费方式和消费文化快速地传递到我国,对我国消费产生直接间接的影响,包括商品消费、服务消费、文化消费。发达国家的节能消费、环保消费也会对我国消费的影响日益增大。这些都加快了国内消费与国外消费的