

消费升级的国际经验与 我国消费升级路径分析

潘虹虹

【摘要】由于经济发展的历史阶段不同,发达国家的消费市场起步较早,消费升级进程也走在我国前面。本文以美国、韩国、日本与中国目前实际人均GDP相仿的历史阶段为起点,对美国1929-2016年、韩国1970-2016年、日本1970-2016年的相关消费结构变化历程进行分析,并与中国1985年以来的城乡消费结构变化历程进行比较,在揭示发达国家消费升级的个性和共性特征规律的基础上,明确当前我国消费升级进程中的主要差距和不足,期望对我国消费升级的重点内容和方向、具体升级路径以及政策突破等有所启示和借鉴。

【关键词】消费升级;消费结构;经验启示

【作者简介】潘虹虹,上海市商务发展研究中心商业流通研究部主任,高级经济师,上海社会科学院经济研究所博士生,研究方向为商贸流通与消费经济(上海 200020)。

【原文出处】《企业经济》(南昌),2019.3.11~22

【基金项目】国家自然科学基金重大项目“公平、活力与可持续——老龄社会的经济特征及支持体系研究”(项目编号:7149730034);国家社会科学基金项目“外资引进质量视角下的经济新动能培育路径研究”(项目编号:17JBY037)。

一、引言

党的十九大报告提出,我国社会主要矛盾已经转化为人民日益增长的美好生活需要和不平衡不充分的发展之间的矛盾,要增强消费对经济发展的基础性作用,在中高端消费等领域培育新增长点,形成新动能。2018年政府工作报告进一步提出,要增强消费对经济发展的基础性作用,推进消费升级,发展新业态、新模式。2019年政府工作报告再次提出,充分发挥消费的基础作用,推动消费稳定增长。促进消费升级,已经成为我国经济领域的重大战略部署,也引起国内学者的高度关注和深入研究。

围绕消费升级的内涵特征、动力机制、影响因素和作用机理等,国内学者开展了大量研究,并取得了丰富的研究成果。严先溥(2004)认为国内居民的三

次消费升级对经济发展起到了重要的拉动作用,消费升级已经成为高成长产业升级和经济增长的主要动力^[1]。石奇等(2009)就主要的消费升级部门对产业结构的影响进行了评估,认为消费升级可以解释产业结构29.64%的变化^[2]。黄卫挺(2013)提出消费升级是个多维度过程,主要包括内容升级和品质升级,收入增长和人的需要是决定消费升级的核心要素^[3]。俞剑、方福前(2015)认为居民消费增长、消费结构升级与经济增长之间存在着相互依存、相互影响的关系:一方面,居民消费增长促进消费结构升级,进一步推动经济增长;另一方面,经济增长促进居民收入增加,拉动居民消费增长,进一步促进消费结构升级^[4]。王茜(2016)将“互联网+”时代消费升级的本质特征概括为个性化、品质化、体验化及情感化^[5]。魏勇等(2017)认为城镇居民消费升级具有需求多样

性、层次递进性和动态非均衡性等特征,居民收入条件改善有利于促进消费扩张和产业升级,而社会保障和价格因素则会对城镇居民消费升级形成制约^[6]。牡丹清(2017)提出消费升级是消费观念的改变,更是消费对象(商品)属性和价值的提升^[7]。林晓姗(2017)认为消费升级是人们消费生活的范围扩展和品质提升,以及消费方式的革新,提出消费升级具有历史性,不同的社会发展阶段消费升级的主要方向不同^[8]。夏杰长(2017)提出经济新常态背景下消费作用愈加凸显,旅游消费将成为优化经济结构、转换增长动能的“助推器”^[9]。陈鹏(2018)认为消费升级的表现包括多个方面,如消费水平提升、消费权益保护、消费质量改善、消费结构变化等^[10]。姜超等(2018)研究认为收入上升、人口老龄化和技术进步是驱动当前中国居民消费升级的主要力量^[11]。黄隽、李恺冀(2018)研究则认为,消费通过促进经济结构变迁和诱发技术进步而促进经济增长^[12]。

由于消费市场发展的阶段不同,西方的学者较早关注消费结构变化在不同阶段的需求特征及影响因素,并就消费结构变化对产业结构变化和经济增长的作用及影响进行了深入的研究。Hansen(1976)研究了德国居民消费结构受利率的影响,结果表明收入对家庭和个人消费的影响远大于利率^[13]。Lucas(1988)从需求结构与产业结构之间的密切关系入手进行分析,认为需求结构的提升会促使新的产业产生,并替代不适应需求的旧产业,需求结构的升级伴随着产业结构的升级^[14]。Junko Doni(2003)利用Grossman-Helpman model分析以产业发展为中介的消费结构对经济增长的影响,得出结论:在市场只有两种商品的假设前提下,由于商品的替代弹性不同,消费结构会影响产业结构的发展,并导致经济增长^[15]。Zwemuller J, Brunner(2005)认为需求引致创新,消费需求的变动对技术创新和产业结构变革的拉动作用非常明显^[16]。Rachel Ngai, Christopher(2007)建立了多部门经济模型来研究经济发展,分析了居民消费结构变动影响产业结构升级的作用机理,认为居民消费结构受到商品的价格弹性、跨期替代弹性和技术水平等因素的影响,消费结构变化会引起相应的产业部门调整和产业结构变动^[17]。

从国内外当前的研究成果来看,国内学者大多基于经典的消费主义“生存—发展—享受”分析框架,认为消费升级遵循着从生存型消费、发展型消费到享受型消费的直线上逻辑,从内涵外延、动力机制、影响因素和作用机理等方面对消费领域开展了全面研究;国外学者则更加侧重对消费升级的影响和经济效应分析,更多从理论和实证层面探讨消费结构变动、产业结构变动和经济增长之间的相互关系。但是从当前研究成果来看,主要基于对一国消费市场结构变动的本身研究,而较少关注其他国家消费升级的经验借鉴。在外部经济环境不稳定因素增加、中美贸易争端持续深入的情况下,消费升级成为国内经济平稳持续发展的重要驱动器和稳定器。本文希望从分析发达国家消费升级的历史演变进程及一般规律出发,剖析消费升级在传统—新兴、数量—质量、物质—服务等方面的演化路径,为进一步明确中国消费升级的重点领域和方向提供启示和借鉴。

二、发达国家消费升级历程分析

2009年,中国GDP总量首次超过日本成为全球第二大经济体。2016年,我国GDP为110646亿美元,占世界GDP总量的14.8%。尽管我国经济总量增量明显,但人均经济水平与发达国家差距还甚远。2015年,我国人均GDP首次超过8000美元。2016年,人均GDP达到8123美元。从名义人均GDP水平看,我国现阶段经济水平和上世纪70年代中后期的美国、日本,以及上世纪90年代初期的韩国相仿(见图1)。相较于名义GDP易受价格浮动影响,实际GDP剔除了价格因素,更能反映不同经济体水平的真实差异。从实际人均GDP(见图2)可以看出,我国现阶段和美国上世纪30年代,以及日本、韩国上世纪70年代的实际经济水平相仿。

基于现阶段中国实际人均GDP与各国的历史阶段比较,本文选择美国1929—2016年、韩国1970—2016年、日本1970—2016年的相关消费数据变化历程进行分析,以期对我国消费结构升级的路径和演变趋势有所启示。

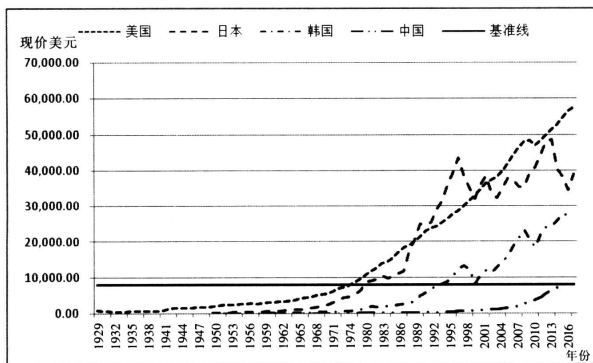


图1 1929—2016年各国人均GDP水平

数据来源:世界银行(基准线表示8000美元的水平线)。

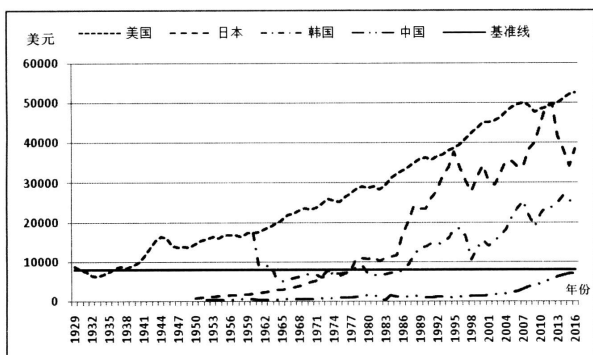


图2 1929—2016年各国实际人均GDP水平

数据来源:wind数据库。

(一)发达国家居民大类消费结构变化分析

消费结构从大类上可以划分为耐用品、非耐用品和服务消费,梳理1929—2016年美国大类居民消费结构、1970—2016年韩国大类居民消费结构、1999—2016年^①日本大类居民消费结构的变化历程,能够得出三国在较长一段时间内消费结构变化的共同规律。

1. 居民耐用消费品占比相对较低,且基本保持平稳波动。从美国来看,1929年以来,在长达近90年的时间里美国居民耐用品消费占比维持在8%~15%的水平上下波动,分时间段来看则波动幅度更小,2008年至今基本稳定在10%~11%的区间水平。从韩国来看,1970年以来,居民耐用消费品占比基本维持在15%~20%之间,整体波动幅度较小,2010年以来基本稳定在17%~18%的水平小幅波动。从日本来看,1999年—2016年间,日本居民耐用消费品占比始终在13%~15%区间保持平稳波动,是三大类消费结构中占比最低、波动最小的消费类别。

2. 服务消费占比不断上升,并逐步超过商品消

费占据消费主要构成部分。“大萧条”到二战前后,受经济衰退影响,美国服务消费占比出现一波下降潮,二战结束后随着经济复苏进入快速上升的大通道。1946—2016年,美国个人服务消费支出从581亿美元增长至86993亿美元,年均增长7.5%。截至2016年,美国服务消费占比为67.85%,成为美国居民消费支出的主要构成部分。从韩国来看,韩国的服务消费占比基本保持稳步上升态势,在经历了19世纪70年代的短期徘徊后,从1980年的34.26%上升到2007年的历史最高点58.85%,2011年以来基本稳定在56%左右的水平,占据了居民消费的大部分构成内容。日本居民服务消费份额1999—2011年间长期维持在高于50%水平,近年来略有降低,但仍然保持在50%左右的水平窄幅波动,占据着居民消费内容的重要组成部分。

3. 非耐用消费品占比和服务消费占比呈反向变动。美国和韩国的非耐用消费品占比基本处于持续下降趋势,并且和服务消费占比呈现反向变动、相互替代的明显趋势特征。在“大萧条”到二战前后美国居民服务消费占比呈现阶段性下降的同时,美国居民非耐用品消费占比却呈现出波动性上升态势,并在二战后进入长期下降通道,与同时期美国服务消费占比走向截然相反。从韩国来看,韩国非耐用品消费占比总体呈下降趋势,其中20世纪80年代到21世纪初期为快速下降阶段,与同时期为韩国服务消费占比高速上升阶段正好相反。2008年金融危机以后,与同时期服务消费占比小幅下降相比,非耐用消费品占比出现小幅上升,近年来稳定在25%左右的水平。日本的非耐用消费品变动趋势也明显与服务消费方向相反,但是与美国、韩国总体服务消费占比上升、非耐用消费品占比下降的情况不同,受人口老龄化、经济增速下滑等因素影响,日本近年来服务消费占比出现小幅下滑,非耐用消费品占比则呈现小幅上升趋势。

(二)发达国家居民细分消费结构变化分析

将大类消费结构进行细化,可以更加清晰地分析各国消费结构升级的趋势特征和路径规律。为此,根据国际统计年鉴的数据分类口径,下文从八个方面对美国、韩国和日本的具体细分消费结构变化

历程进行分析。

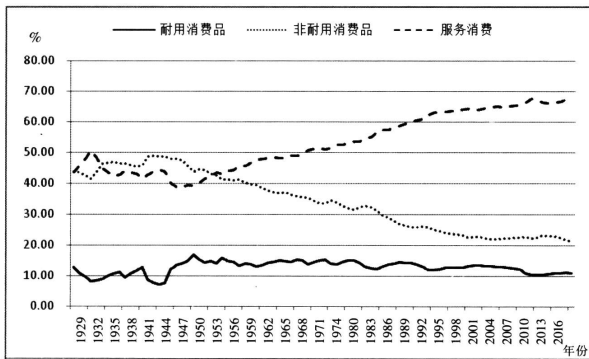


图3 1929-2016年美国大类居民消费结构
 数据来源:wind数据库。

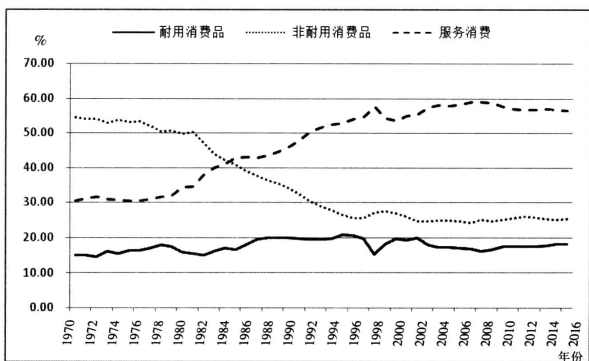


图4 1970-2016年韩国居民大类消费结构
 数据来源:wind数据库(耐用品==耐用品+半耐用品)。

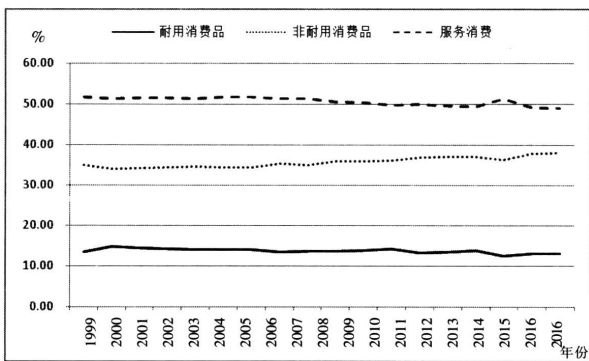


图5 1999-2016年日本居民大类消费结构
 数据来源:日本统计局。

1. 从历史数据来看,美国、韩国、日本以食品烟酒、服装鞋帽、生活用品及服务为主体的基本生活消费占比持续降低,生存型消费不断下降是共同趋势。其中,食品烟酒消费占比下降速度最快,服装鞋帽次之,生活用品及服务则始终保持在较低占比水平。二战结束之后,美国食品烟酒消费占比呈现持续快速下降趋势,2010年以后一直维持在低于8%的水平。韩国的食品烟酒消费占比从1972年的46.26%持续下

降至2007年的14.49%,近2年维持在约16%的水平。日本的食物烟酒消费自20世纪90年代中期以来始终维持在16%~18%的区间小幅波动。从服装鞋帽消费占比来看,美国从1930年的11.32%下降至2016年的3.16%,韩国、日本分别从1970年的10.82%、9.46%下降至2016年的6.1%、4.2%,呈现出明显的持续下降趋势。从生活用品及服务消费占比来看,韩国、日本基本维持在3%~5%的区间小幅波动,近年来基本都稳定在3%左右的水平;美国基本维持在5%~8%的区间波动,近5年基本稳定在5.7%的水平。

2. 从美国、韩国、日本的消费结构变化数据来看,以教育、文化和娱乐、交通和通信、医疗保健等为主体的发展型和享乐型消费呈现不断上升态势,表现出明显的消费升级特征。从教育、文化和娱乐消费占比来看,美国经历了二战前后的小幅波动后进入长期上升的大通道,2016年达到历史新高18.7%;韩国从1970年的15.79%上升至2008年的24.01%的历史最高点,近年来维持在约22%的水平;日本多年来表现为连续上升态势,2016年达到历史新高16%。从交通和通信消费占比来看,美国自二战结束后开启了长达半个多世纪的长期上升通道,2008年以来基本维持在约10%的稳定水平;19世纪70年代到21世纪初期是韩国交通和通信消费占比持续上升的时期,此后在15%~16%的区间小幅波动,2016年韩国交通和通信消费占比为15.24%;日本的交通和通信消费占比从1970年的5.2%上升至2016年的15.8%,表现出强劲增长态势。从医疗保健消费占比来看,美国从1946年的4.99%持续上升至2016年的19.12%。与美国相比,由于拥有较为完善的公共医疗保障体系,韩国、日本居民医疗保健消费占比相对较低。韩国医疗保健消费占比从1970年的2.67%上升到2016年的5.35%,增长了1倍。日本的医疗保健消费占比从1970年的2.67%持续上升到2007年的历史最高点4.43%,近年来基本稳定在3.5%左右的消费水平。

3. 从美国、韩国、日本三国的消费结构变化数据来看,居住消费占比基本在较长时间内维持在约20%水平的高位,并且对其他类别的消费形成挤出效应。美国居住消费占比与经济发展阶段紧密相关,经历了“大萧条”到二战期间的剧烈下滑,此后伴

随经济复苏进入持续快速上升通道,20世纪80年代中期至今,维持在17%~20%的区间小幅波动,2016年美国居住消费占比为17.81%。韩国居民居住消费占比从1976年的历史最低点7.55%上升至1998年的历史最高点22.48%,近10年来基本稳定在约18%的水平。日本的居住消费占比自20世纪80年代以来表现为持续上升态势,2016年居住消费占比为22.91%。与居住消费的变动相反,从美国、韩国、日本三国的总体消费数据来看,居住消费在较长时期内都与教育、文化和娱乐消费、交通和通信消费、其他用品及服务消费三者形成反向变化、此消彼长的关系,体现了居住消费对其他类别消费的挤出效应。如20世纪70年代以后,美国的教育、文化和娱乐消费、其他用品及服务消费与居住消费呈现出明显的反向变化、相互替代特征。

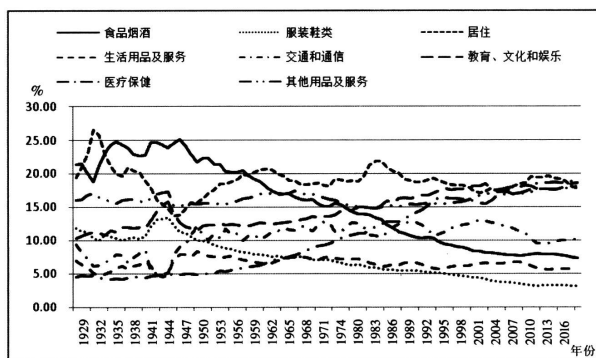


图6 1929-2016年美国居民细分消费结构
数据来源:根据wind数据库计算整理。

(三)国际消费升级的一般规律

从美国、日本、韩国等发达国家的消费结构变化历程来看,在消费变化的阶段特征、消费结构占比及细分品类占比方面,表现出一些共同特征和一般规律。

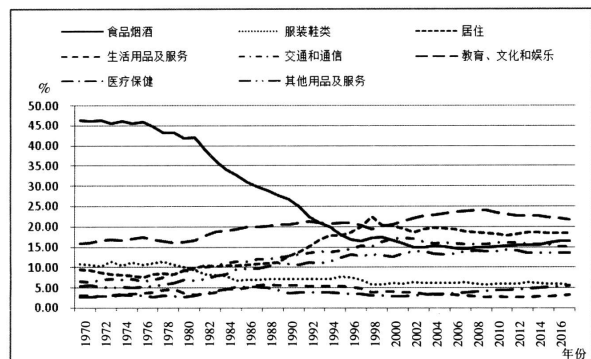


图7 1970-2016年韩国居民细分消费结构
数据来源:国际统计年鉴。

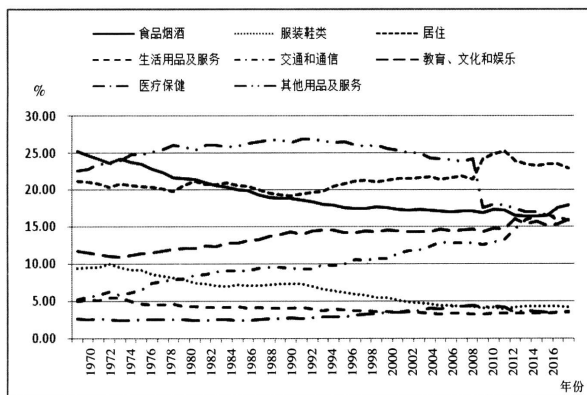


图8 1970-2016年日本居民细分消费结构
数据来源:日本统计局。

从发展阶段来看,恩格尔系数逐步下降,居民消费逐步从生存型向发展型、享受型转变。即食品、衣着等生存型消费占比逐步降低,而交通和通信、医疗保健、文化娱乐等发展型、享受型消费支出占比逐步增加。由于经济社会体制的差异,不同国家消费结构的具体升级方式和升级阶段存在一定差异,但总体来看恩格尔系数不断降低是普遍趋势,而服务消费、居住消费则呈现持续上升趋势。

从消费结构来看,从商品消费为主转向服务消费为主是必然趋势。从美国和韩国的数据来看,服务消费占比持续上升,与非耐用品消费呈反向变动。美国“大萧条”至二战期间,源于经济衰退、人口减少等因素,服务消费支出占比从50%降到40%以下,此后迅速回升,到2016年服务消费占比已经达到67.85%,服务消费远超过商品消费占据绝对主导地位。韩国的服务消费占比从19世纪70年代以来持续上升,从1970年的30.6%上升到2016年的56.47%。日本作为亚洲最早的发达经济体,消费升级过程中经历了崇尚西化到重视本土化的转变,服务消费份额长期超过50%,近年来由于人口老龄化、经济动力减弱等因素略有降低,但仍然保持在50%的水平左右窄幅波动。

从消费细分品类来看,食品和服装等基本生活消费持续下降,教育、文化和娱乐、交通和通信、医疗保健等发展型、享受型消费总体呈现上升趋势。从历史数据来看,各国教育、文化和娱乐消费占比都保持长期上升态势,且目前都保持在20%左右的水平。交通和通信消费在经过较长时间缓慢上升以

后,在近几年出现小幅回落趋稳状态,美国近几年维持在约10%的水平,韩国、日本的消费占比约为16%。医疗保健消费则受各国医疗体系制度的影响有所差异,其中美国由于实施医疗市场化制度导致医疗保健消费占比较高,而日本、韩国主要实行公共医疗保障体系,医疗保健消费水平有所上升但是相对幅度较低。

三、中国消费升级历程分析

(一)中国1985-2016年城乡消费结构变化历程

中国二元经济结构较为突出,城乡经济差距较大。其中,城乡收入分配不均衡和资源配置差异是导致城乡居民消费结构差异的主要原因。下文就1985-2016年我国城乡居民消费结构的演变进程及其趋势特征进行分析。

从城乡消费结构总体来看,食品烟酒等生存型消费仍然占据主要份额,服务型消费份额占比较低。截至2016年,我国城镇和农村居民的食品烟酒支出份额仍然分别达到29.3%、32.24%,恩格尔系数仍然较高。从服装鞋帽消费份额来看,2016年我国城镇和农村居民的支出份额分别为7.54%、5.68%,也相对占比较大。具体来看,自1985年以来,城市和农村居民食品烟酒支出都是从超过50%开始呈现逐步下降趋势。但是,进入2000年城市居民食品烟酒支出占比下降到40%以下,2015年以后首次下降到30%以下,而农村居民食品烟酒支出占比到2012年才下降到40%以下,2016年仍超过30%。

从教育、文化和娱乐、交通和通信、医疗保健等为主的服务型消费类别来看,近年来城乡居民消费支出在这三个类别上都是处于上升态势。但是,城镇居民消费份额明显高于农村,而增速则低于农村。从教育、文化和娱乐消费来看,城镇居民消费占比在1997年首次超过10%,此后,继续上升到2002年历史最高点14.96%,之后出现小幅下降趋势,但一直维持在10%以上的水平;而农村居民消费占比在2005、2006年曾先后达到11.6%、10.8%,此后向下回落,直到2014年以后才重回10%以上的水平。2016年,城镇和农村居民教育、文化和娱乐消费占比

分别达到13.75%和13.42%,农村教育、文化和娱乐表现出强势追赶劲头。从交通和通信消费来看,城镇居民消费占比在2002年首次超过10%,金融危机前后出现下滑,但是2010年到2015年期间维持在13%-15%的水平;农村居民消费占比到2006年才首次超过10%,2007年-2015年期间稳定在10%~12%左右的水平。值得注意的是,2016年城镇和农村交通和通信消费份额都出现大幅下滑,占比分别为7.07%和9.17%,农村居民交通和通信消费占比近年来首次超过城镇居民。从医疗保健消费来看,1985年到2005年前后,城乡居民医疗保健消费都经过了一个长达20年的上升周期,其中城镇消费占比在2006年达到最高点13.83%,农村消费占比在2003年达到最高点12.13%;此后,两者都进入下降通道,城镇居民2010年到2015年始终维持在6%左右的份额,2016年跃升到11.4%。而农村居民从2005年的6.6%逐步上升到2016年的10.6%,新一轮农村居民医疗保健消费增速明显高于城镇居民,显示出较大的增长潜力。

从居住消费来看,城乡居民居住消费水平相对较高,居住消费对服务消费挤出效应明显。从农村居民居住消费来看,由于收入水平的影响,农村居民居住消费占比一直以来仅次于食品烟酒排在第二,1990-2005年间长期维持在15%左右的份额小幅波动,2006年以后加速上升,2009年以后基本维持在20%左右的水平,2013年以前长期高于同期城镇居民消费份额。从城镇居民居住消费来看,1992年到2013年间,基本保持10%左右份额的消费水平,2014年跃升到22.5%,并且近几年仍然维持在超过22%

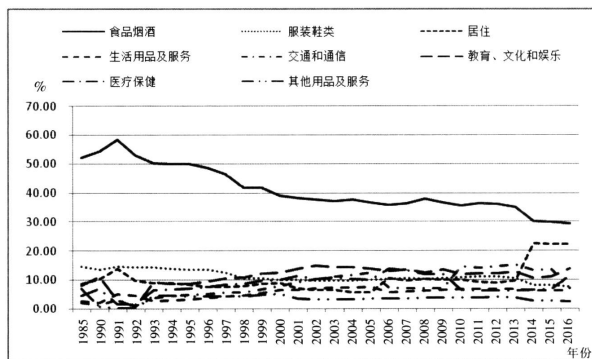


图9 1985-2016年中国城市居民消费结构
数据来源:中国统计年鉴。

的消费水平。城乡居住消费与教育、文化和娱乐、交通和通信消费长期形成反向变动趋势,表明过高的居住消费对居民服务性消费支出形成了明显的挤出效应。

(二)中国消费升级的国际比较

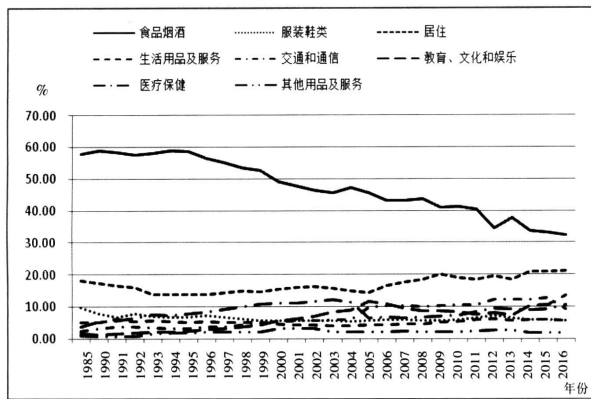


图10 1985—2016年中国农村居民消费结构
数据来源:中国统计年鉴。

从2013年起,我国国家统计局开展了城乡一体化住户收支与生活状况调查,城乡一体的中国居民消费数据开始具有可获得性。下文将近几年我国城乡一体的居民消费结构数据与美国、韩国、日本的同期消费结构数据进行对比分析,对我国当前的消费结构现状和消费升级阶段得出国际比较结论。

与其他国家相比,中国目前的服务消费占比仍然偏低,落后于美国、韩国、日本较长历史进程。从各国居民服务消费的历史数据来看,服务消费超过商品消费占主导是一般的趋势规律。美国1970年就进入了居民服务消费超过一半占主导的阶段,2016年居民服务消费占比为67.85%;韩国1992年居民服务消费占比首次超过50%,2016年占比为56.47%;日本居民服务消费占比1999年之前的统计数据缺失,但是进入21世纪以后多年来占比超过50%,近年来略有波动也始终维持在50%附近窄幅左右波动。中国的统计体系中尚没有专门的服务消费统计

板块,从近几年中国居民细分消费结构八大类数据来看,2013年至2016年中国食品烟酒、服装鞋帽加上居住三个类别的消费总额占比从61.7%逐步下降到59%。但是,在另外五大类以服务消费为主的消费类别中,还包括部分生活用品、其他用品等商品消费。因此,可以推断目前我国的居民服务消费占比仍然低于40%,与美国、韩国、日本相比,具有较长的历史时间差距。

与其他国家相比,目前中国生存型消费依然占比较大,具有较大的下降空间。近几年,中国居民食品烟酒消费占比约为30%,而美国消费结构稳定后的食品烟酒消费份额较低,近5年约为7%,日本和韩国的食品烟酒消费份额也仅在17%左右。因此,伴随居民可支配收入增加和恩格尔系数下降,我国食品烟酒消费支出占比进一步降低是消费升级的必然趋势。从服装鞋帽消费占比来看,2016年美国、日本、韩国的服装鞋帽消费占比分别为3.16%、4.2%、6.1%,而我国居民服装鞋帽消费占比为7%,是美国的两倍多,远高于日本,略高于韩国。

从教育、文化和娱乐,交通和通信,医疗保健等具体类别的居民消费数据比较来看,当前我国居民的发展型、享受型消费水平相对较低,具有较大的增长潜力。教育、文化和娱乐消费方面,近几年我国居民消费支出占比约为11%,同期美国约为18%,韩国约为22%,日本约为16%,分别相差7%、11%、5%左右。交通和通信消费方面,近几年我国居民消费支出占比约为13%,同期美国约为10%,韩国和日本都约为16%,高于美国,但与韩国、日本相比,仍具有一定的增长空间。医疗保健方面,2016年美国居民医疗保健消费份额为20.77%,而我国2016年居民医疗保健消费份额不足8%,随着人口老龄化和“二胎”政策的全面落实,医疗保健消费市场需求将进一步扩大,居民医疗保健消费占比将进一步提升。

表 2013—2016年中国居民细分消费结构(%)

年份	食品烟酒	服装鞋帽	居住	生活用品及服务	交通和通信	教育、文化和娱乐	医疗保健	其他用品及服务
2013	31.20	7.80	22.70	6.10	12.30	10.60	6.90	2.50
2014	31.00	7.60	22.10	6.10	12.90	10.60	7.20	2.50
2015	30.60	7.40	21.80	6.10	13.30	11.00	7.40	2.50
2016	30.10	7.00	21.90	6.10	13.70	11.20	7.60	2.40

数据来源:中国统计年鉴。

(三)中国消费升级差距的原因分析

当前,中国消费升级的发展阶段与发达国家相比仍存在一定的差距,这既与中国经济社会生产的发展阶段及水平有关,也与中国地域辽阔、人口众多导致的多元消费结构特征有关。

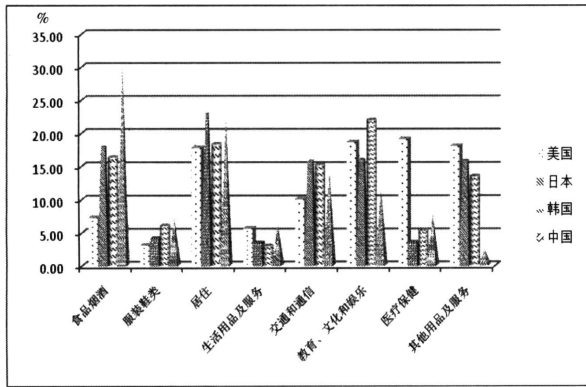


图 11 2016年各国居民细分消费结构

现阶段,我国经济分布的重要特征之一是经济总量大而人均水平低。根据我国国家统计局《国际统计年鉴 2017》公布的数据,2016年,中国 GDP 总量约为 11.2 万亿美元,位居世界第二,占世界比重的 14.8%。同期,我国人均 GDP 水平为 8123 美元,仅是美国人均 GDP 水平的 14.1% (美国 2016 年人均 GDP 水平为 57467 美元),经济发展存在明显差距。2012 年以来,我国进入经济发展新常态阶段,不再只单纯地追求经济高速增长,以往粗放式高速经济发展遗留的大量问题,如产能过剩、技术外向依赖度高、供需资源错配等等都亟待解决。因此,尽管我国经济总量已经位居世界第二,对世界经济的重要性日益凸显。但是,我国仍属于发展中国家,如何打破经济发展新常态的瓶颈,摆脱中等收入陷阱,促进居民收入水平进一步提升,是现阶段消费升级的基础和前提。

从本质上来说,消费升级是消费产品的内容升级、结构升级。但是,当前我国消费市场的供给侧水平,我国的中高端商品和服务供应,仍然滞后于我国居民与美好生活需求相对应的消费升级需求。改革开放以来,大量外资和技术设备的引进,使我国迅速依靠劳动力成本优势跻身制造大国行列。但我国产品制造长期处于全球价值链的低端位势,众多企业主要负责产品基础零件的加工组装环节,产品的附

加值和技术复杂度低。此外,出口导向型政策的实施,使得流通到国内市场的主要是低端加工制品,高端加工制品多输出国外,这在一定程度上减少了国内产品质量和类别的丰富性。随着知识经济的到来和资源的流动性加强,居民对消费产品的质量属性更加关注。但是,我国制造业长期以来技术对外依赖性较严重,自主核心技术水平低,造成中高端商品和服务供给不足。同时,消费升级也意味着居民消费结构从物质消费向服务消费转移。受制于现阶段我国市场环境的不完善,我国高端服务消费供给依然处于相对匮乏阶段,这也造成部分中高端收入阶层的消费外流,从而推动消费持续升级的动力机制不足。

我国区域经济结构复杂,人口众多,消费分层化、多元化现象明显。首先,区域经济水平分布差异明显。东部地区有改革发展先行和地理位置优势,经济资源集中度较中西部地区明显更高,居民消费层次相应更高。其次,城乡二元结构突出。尽管近年来,农民工大量进城务工,释放了大量劳动红利,提高了农村家庭收入,但是人力、教育等资源流动障碍在省际之间仍然明显,居民收入和消费差距依然在扩大。根据国家统计局公布的数据,2016 年,城镇居民可支配收入是农村居民的 2.72 倍,而人均消费支出水平是农村居民的 2.29 倍,城镇居民在收入水平和消费能力上仍具有明显优势。此外,由于区域地理和经济分布的复杂性,造成我国收入分配差距不断扩大,2017 年我国基尼系数达到 0.467,收入分配差距的不断拉大和物价水平的高涨,给不同收入阶层的居民带来不同的影响,使得我国居民消费升级由于收入水平不同而呈现不平衡发展特征,并且由于低收入人群仍然占比较大而拉低了整体消费升级水平。

我国城乡居民居住消费份额相对较高,对居民服务消费和升级类消费形成挤出效应,是制约我国消费升级进程的重要因素。长期以来,我国农村居民居住消费份额一直排在第二,仅次于食品烟酒消费,对农村居民扩大发展型消费和享受型消费形成挤压效应。2014 年开始,全国重点城市房价普遍大幅上涨,楼市火热带动了居民居住消费的繁荣,导致

2014年以来城镇居民居住消费份额一直高于22%，略低于日本，而高于美国和韩国。美国、韩国近几年的居民居住消费份额基本稳定在18%左右，并且2013年以来居民居住消费份额甚至呈现逐年稳步小幅下降的态势。因此，当前我国人均GDP水平和人均收入水平与其他发达国家差距较大，而居民居住消费份额却与发达国家持平甚至还更高，在一定程度上对我国加快消费升级进程形成较大的制约。

四、中国消费升级路径展望

借鉴美国、韩国、日本等发达国家消费升级的共性经验启示，结合中国的国情特征，当前中国进一步扩大消费，促进消费升级，需要从培育扩大重点领域消费，重视消费分级分层现象，加强消费供给侧改革，以及提高居民消费能力和意愿等方面多措并举，合力推进中国进一步加快消费升级进程。

(一) 培育引领重点领域消费

伴随居民收入水平提升和消费升级，消费者对品牌消费的意识增强，促进消费升级需要从集聚商品品牌、服务品牌和企业品牌方面出发。一方面，要加快打响老字号品牌，帮助老字号优化产品和服务供给，挖掘老字号品牌内涵和产品特色，推动老品牌与时俱进。另一方面，加强本土品牌和原创特色品牌营销，建立新品牌、新产品从设计、研发到上市销售的市场交易机制，优化本土自主品牌培育的市场土壤。此外，还要加快吸引、集聚更多全球优质品牌商品和服务，满足国内消费者对进口品牌商品和服务的消费需求，吸引部分境外消费回流。

智能绿色耐用消费品和时尚品质消费品受到消费者热捧，培育发展中高端消费成为引领国内消费升级的重要方向。根据商务部数据，2017年我国新能源汽车销量77.7万辆，同比增长53.3%，运动手环、扫地机器人、平衡车等智能商品销量也呈现快速增长态势。同时，“她经济”带动轻奢、时尚、品牌类消费不断增强，化妆品、钻石珠宝、酒类等商品销售快速增长，驱动品牌消费、时尚消费成为新兴消费热潮。随着人们对生活品质的要求提升，绿色出行、智能家居、健康运动、时尚品质等领域的中高端商品受

到消费者热捧，已经成为一种生活品味与追求。

推动国内消费升级，加快发展服务消费，提升服务消费占比是必然趋势。当前中国的居民服务消费份额不到居民消费的一半，与美国近70%、日本近60%的占比相比存在较大的差距，具有较大的提升空间。随着国内实体商业加快转型升级，积极引进服务型、体验性业态，社区商业中生活服务业加速发展，以及大众点评、携程等服务型电商的快速崛起，未来文化消费、娱乐消费、教育消费、信息消费、体育消费等服务消费市场将进一步扩容，促进我国服务消费市场的新发展，缩小我国与其他国家在服务消费方面的差距。

网络消费具有广阔的增长空间，是居民消费升级的重要渠道。凭借较为完善的网络消费环境和线下服务体系，我国网络消费平台快速发展，服务范围覆盖购物餐饮、文化娱乐、健身美容等居民生活的各个领域。根据国家统计局数据，2017年我国网络零售额为71751亿元，同比增长32.2%，网络零售增速远高于传统零售行业增速。随着网络销售模式不断推陈出新，淘宝的“双11”活动、拼多多的团购模式、平台直播购物形式、“闲鱼”二手产品交易平台等，正在不断创造新消费热点。在未来消费升级进程中，网络消费将与传统线下消费一起扮演重要的角色。

(二) 加强消费市场供给侧改革

推动消费升级，重点是要加强国内中高端商品和服务的供给，从供给侧角度提升行业整体供给水平。消费升级体现了居民对美好生活的消费需求，除了消费“数量”的增加，更多的是消费“质量”的提升，表现为消费结构的优化及消费品质的提升。中高收入群体的消费外流表明，我国中高端商品和服务的供给存在短板，应大力引进国外优质商品和服务，加强开发本土自主品牌中高端商品和服务，提升民族产品核心竞争力。在积极发展中高端品牌商品供应的同时，应大力发展文化教育、休闲娱乐、交通出行、健康体育等服务消费，满足消费者日益增加的服务消费需求。

加快发展新零售、新模式，营造消费场景，提升消费者体验，是助力消费升级的重要途径。在消费

升级趋势下,消费者不再仅关注所购买的商品和服务本身,而更加乐于为情感、环境、格调、娱乐等体验式消费埋单,体验消费、场景消费、主题消费等新消费与人的社交需求、情感体验等联系在一起,受到消费者青睐。推动消费升级,应积极发展线上线下一体、实体和虚拟交互、多元跨界融合的新零售、新业态,鼓励商家发展集商业零售、艺术表演、体育运动、文化展览、旅游休闲等跨界融合型新业态、新模式,进一步营造消费场景,打造消费特色,培育和引领新的消费热点。

加快提升商业服务的标准和质量,营造安全、舒适、便捷的消费环境,是促进消费升级的重要手段。在消费升级背景下,购物体验 and 购物乐趣成为消费者新的诉求,对消费过程的期待值也不断提升。商业服务持续存在于消费者消费前、消费中以及消费后各个环节,提升消费服务质量,不仅是商品高附加值的体现,还能够让消费者充分体验到产品属性,享受购物乐趣。要重点提升国内商业服务质量,加强商品假冒伪劣治理、消费者权益保护、诚信商圈建设等专项行动,促进国内消费环境细节优化和服务水平提升,为国内外消费者营造安全便利放心的消费环境。

(三)围绕消费分层分级现象实施分类指导

由于收入水平的差距和农村流通渠道的通畅性问题,中国农村居民消费在消费结构和消费层次上曾经长期落后于城镇居民消费,也因此具有更大的消费升级潜力。近年来,农村居民消费快速增长,结构持续优化,与城镇居民消费表现出趋同特征。当前农村居民的耐用消费品、智能化产品还未达到市场饱和,对消费升级类商品和服务需求旺盛。未来随着城镇化进程进一步发展,农村流通网络的进一步健全,以及农民收入水平持续提升,农村居民将成为我国扩大内需、消费升级的重要消费群体,农村居民的消费升级潜力有待重点挖掘。

当前我国仍然存在较大的贫富差距,中产阶层是推动消费升级的中坚力量,根据 CHFS(西南财经大学中国家庭金融调查)公布的数据显示,现阶段我国中产阶层成年人口占总成年人口比例约为 20.1%,人均财富拥有量达到 13.9 万美元,我国中产

阶层的人口数量和总财富规模居于世界第一。中产阶层不同于低收入阶层和高收入阶层,不仅注重产品的物理特征,还更加注重产品蕴含的精神文化属性,重视消费过程的良好体验。围绕中产阶层的个性化、品质化、差异化、精细化多元消费需求,加强国内消费市场供给侧改革,满足和挖掘中产阶层消费需求,成为促进消费升级的重要内容。

当前我国少子化和老龄化现象突出,80、90、00 后已经成为新生代消费主力军,引导和满足新兴群体的消费需求成为我国消费升级的重要方向。消费理念上,新生代消费群体更加关注产品的价值属性,而产品的物理属性和使用性能则为辅助性参考依据;消费模式上,新生代消费群体更加依赖社交媒体,对新兴消费模式更加感兴趣,微博、抖音、直播等社交平台成为他们重要消费渠道。新兴消费群体旺盛的购买力和借助社交平台的产品传播能力,促使他们成为消费热点和消费潮流的引领者,成为推动消费升级和消费模式创新的重要力量。

(四)提升居民消费能力和消费意愿

收入水平的提升既是降低恩格尔系数的基础,也是促进消费升级的关键。首先是要提高居民的可支配收入,主要是通过提高工资、增加就业等手段增加居民收入在收入分配中的比重,保障城乡家庭人均可支配收入与地区生产总值同步增长。在促进居民收入增长的同时,还要进一步通过完善税收协调机制等缩小居民收入分配差距,重点是提高中低收入者的收入,调节过高收入,使中等收入群体的比重上升,提高居民边际消费倾向,从而提升整体消费能力。我国自 2018 年 10 月开始实施新的个人所得税减税政策,将有利于工薪阶层特别是中产阶级收入水平的提升,从而增强消费能力,促进消费升级。

收入水平是制约消费水平的关键因素,消费信贷则是个体和家庭消费者进行提前消费和即时消费的重要支撑。近年来,随着信贷市场的不断扩张,针对旅游、教育、车辆、家居等领域的消费分期信贷,以及电商小额消费信贷等不断出现,为居民消费提供了资金保障。未来要进一步加强人民银行、银监会、商务部门的联手,引导银联公司与各商业银行共同

做好消费支付和信贷服务。鼓励银行提供便捷消费的各种金融服务手段,积极开展信用贷款、抵押贷款、货物质押、分期还款等多种银行信贷方式融资,推广使用POS系统、电子支付、网上支付、分期付款、个人支票等国际成熟的支付结算手段,方便消费者购物。

社会保障体系包括政府社会保障支出和个体社会保障支出两部分,对居民消费行为具有重要影响。政府社会保障支出具有公共服务性质,主要体现在政府对教育、医疗、社保等系统的建设和维护。有效的政府保障体系,能够缩减居民在公共服务领域的消费支出,增加居民的实际消费能力,增强居民的消费信心。个体社会保障支出体现为居民缴纳的社保、医保等费用,过高的个人缴纳社保等支出可能会对居民消费产生挤出效应。因此,建设合理的社会保障体系,是居民消费升级的重要基础。此外,住房市场价格过高,以及与之相应的居住消费份额过高,也会对居民进行升级类消费形成挤压,需要注意居住消费对居民消费的挤出效应。

注释:

①由于数据来源限制,日本1970-1998年的三大类消费结构数据缺失,本文日本三大类消费结构数据采用1999-2016年时间段进行分析。

参考文献:

- [1]严先溥.消费升级为经济增长提供强劲动力[J].消费经济,2004,(1).
- [2]石奇,尹敬东,吕磷.消费升级对中国产业结构的影响[J].产业经济研究,2009,(6).
- [3]黄卫挺.风险投资对技术创新能力的作用研究[J].科学

发展,2013,(3).

[4]俞剑,方福前.中国城乡居民消费结构升级对经济增长的影响[J].中国人民大学学报,2015,(5).

[5]王茜.“互联网+”促进我国消费升级的效应与机制[J].财经论丛,2016,(12).

[6]魏勇,杨刚,杨孟禹.城镇居民消费升级特征与动因研判[J].经济问题探索,2017,(1).

[7]牡丹清.消费观念多元化视角下的流通模式创新研究[J].经济问题,2013,(1).

[8]林晓珊.增长中的不平等:从消费升级到消费分层[J].浙江学刊,2017,(3).

[9]夏杰长.经济新常态背景下扩大旅游消费的对策建议[J].河北大学学报(哲学社会科学版),2017,(4).

[10]陈鹏.技术进步、产品创新对消费升级的影响[J].商业经济研究,2018,(14).

[11]姜超,于博,宋潇,陈兴.中国消费升级的三大主线[R].上海:海通证券公司,2018.

[12]黄隽,李冀恺.中国消费升级的特征、度量与发展[J].中国流通经济,2018,(4).

[13]Hansen J H.. The Impact of Interest Rates on Private Consumption in Germany[J]. Journal of Experimental Zoology, 1996,(3): 369-374.

[14]Lucas, Robert. On the Mechanics of Economic Development[J]. Journal of Monetary Economics, 1988,(22): 3-42.

[15]Junko Doni. Consumption Structure and the Pattern of Economic Growth[J]. Seoul Journal of Economics, 2003,(16): 343-361.

[16]Zwemuller J, Brunner. Innovation and Growth With Rich and Poor Consumers[J]. Metroeconomica, 2005,(56): 233-262.

[17]Rachel Ngai, Christopher. A Pissarides Structural Change in a Multisector Model of Growth[J]. American Economic Review, 2007,(1): 429-443.