

促进中国居民服务消费的影响因素分析

沈家文 刘中伟

内容提要 促进中国居民服务消费具有重要意义。本文对于中国扩大居民服务消费的影响因素从经济结构因素、居民收入因素、产品价格因素、服务供给因素、消费政策因素五个方面进行了详细分析,提出了提高居民实际消费能力、持续提高公共服务水平、加强居民服务消费政策引导、深化服务业体制机制改革、理顺服务价格体系等政策建议。

关键词 服务消费 公共服务 收入分配

中图分类号:F126.1

文献标识码:A

文章编号:1000-7636(2013)01-0053-06

一、引言

随着经济发展与收入水平的提高,中国居民消费水平稳步提高,消费结构不断升级,服务消费持续快速增长。2010年中国服务业增加值达到17.3万亿元,占国内生产总值的比重为43.1%。中国服务消费需求正在发生变化,在城乡居民生活消费支出中,发展和享受型的服务性消费比重上升。2010年中国城镇居民家庭人均消费支出为13471.5元,其中服务性消费支出为5391.2元,占全部消费支出的40.02%;农村居民家庭人均生活消费现金支出3859.3元,其中服务性消费支出为1387.4元,占全部消费支出的35.95%(国家统计局,中国经济景气月报,2012,2)。城乡居民服务性消费支出比重分别比1990年提高了15.55和20.6个百分点。其中,城镇居民家庭人均教育文化娱乐服务支出由1980年的38元增加到2010年的1627元,占消费性支出比重也由8.4%上升到30.2%。农村居民家庭人均文教娱乐用品及服务支出由1980年的8.3元增加到2010年的366.7元,占消费性支出比重由5.1%上升到26.4%。^[1]然而与国外相比,中国消费与投资失衡的情况严重,中国服务消费目前相当于全球下中等收入国家的平均水平。如果把居民消费率由35%提高15个百分点,达到50%,那么消费与投资比例失衡的局面将会有根本性改变,每年将有约5万亿元国民收入由现在用于投资和出口改变为用于居民消费,全社会消费品零售总额将增加45%~50%,居民的整体消费水平和服务消费水平都将会大幅提高,经济增长将有效转移到内需支撑的轨道^[2]。

根据发达国家的经验,人均GDP超过1000美元后,居民对服务消费的需求开始上升;人均从3000美元进入到5000美元时,对高端服务业、文化创意产品和奢侈品的消费支出比重呈加速上升趋势。国际货币基金组织公布数据显示,2011年中国人均GDP排名世界第89位,人均GDP为5414美元。目前,中国人均GDP仍在快速增长,服务消费

收稿日期:2012-10-12

作者简介:沈家文 北京大学光华管理学院博士后,北京大学战略研究所研究员,北京,100871;

刘中伟 北京科技大学经济管理学院博士研究生,国际关系学院讲师,北京,100083。

处于快速增长的起飞阶段,促进中国居民服务消费,特别是农村居民服务消费,具有巨大的经济效应和发展空间。

二、影响中国居民服务消费的因素

改革开放 30 多年来,随着城乡居民生活水平的提高,中国居民消费结构加快升级,城乡居民家庭恩格尔系数显著下降,居民消费由生存型向发展与享受型过渡,服务消费支出比重显著提高。但是,当前中国服务消费仍存在问题,比如:消费需求增速滞后于经济增长速度、不同收入阶层的消费差距呈现加大趋势、消费供给结构不能完全适应消费需求变化、最终消费率下降导致投资和消费失衡等。当前,中国服务消费的发展仍面临较多影响因素,下面主要从经济结构、居民收入、消费品价格、服务供给、消费政策五个方面展开分析:

(一) 经济结构因素

1. 投资率持续保持高位,居民消费率上升乏力

多年来,中国以出口为导向的经济发展模式,造成国民经济中长期投资率偏高、居民消费率偏低的状态。过去在传统计划经济体制下,宏观经济管理面临的主要矛盾是供给不足、需求膨胀,而改革开放以后,特别是最近十年来,中国市场经济条件下的主要矛盾则是需求不足、供给过剩。从需求层次看,投资仅仅是中间需求,从短期来看是需求,从长期来看则是增加供给。如果继续长时期依赖高投资率,必然进一步恶化相对生产能力过剩的现实;而在金融危机发展前景不明朗和出口外需萎缩的情况下,相对生产能力的持续过剩也必然带来经济的下行风险,同时进一步抑制居民消费增长。

2. 城镇化水平低制约了居民服务消费能力的释放

城乡长期分割的户籍管理制度导致中国城市化水平偏低,截至 2011 年末,中国城市人口首次超过农村人口,城镇化率达到了 51.2%。过低的城镇化水平抑制了依靠人口聚集而发展的服务业。具体而言,一是抑制了第三产业的发展,使服务供给不足;二是农民收入水平难以大幅提高,消费总量受到影响;三是城乡差距过大,传统农村生活方式对服务消费需求拉动不足;四是进城农民工的社会保障体系不健全,总体“市民化”程度偏低,不利于服务消费水平提升和消费需求结构升级。

3. 服务消费结构地区差异明显,产业化水平低

由于中国各地区经济发展不平衡以及居民消费习惯上的差异,东部地区人均的平均服务消费支出和服务消费支出占消费总支出的比重均高于中部和西部地区。中西部地区相差不大,但是不同省份间的差异仍比较明显^[3]。同时,在服务领域中存在产业化水平低的问题,部分服务行业难以形成产业化,无法实现规模效应,限制了服务质量的提高;部分服务行业具有很强的市场垄断性,准入门槛过高,服务产品价格非市场化,服务业整体专业化发展受到制约。

(二) 居民收入因素

1. 收入水平较低与收入差距偏大,限制了服务消费规模的扩大

首先,居民总体收入水平限制了服务消费规模的扩大。居民消费支出一般按照梯次推进的顺序,依次用于购买生存资料、发展资料、享受资料。服务消费多属于发展和享受资料的范围,需求的收入弹性大。尽管中国人均 GDP 已突破 5000 美元,但仍只是世界人均 GDP 的一半左右,难以形成有效的服务消费需求。其次,收入分配差距大限制了服务消费规模的扩大。低收入阶层在支付了实物性消费和医疗、教育等必需性服务消费后的实际购买力难以形成规模;而高收入阶层的消费倾向不断下降,消费趋于饱和。

2. 刚性消费、收入不确定性阻碍了居民形成理性服务消费预期

当前中国的就业、教育、社会保障、医疗、住房等各项制度都处于不断改革中,公共服务有待大力发展。居

民在教育、住房、医疗和就业方面投入的“刚性消费”比重居高不下,同时叠加对预期收入不确定性的担忧,使居民的风险意识增强,进而影响到居民即期消费的增加^[4]。中国的消费者行为主要是一种短期性决策模式,更接近短期的凯恩斯消费函数。出于不确定性的考虑,中国消费者大多对长期收入或生命周期缺乏理性预期,对非生活必需类服务消费信心不足^[5]。因此,当前中国消费者内生性行为模式仍难以有效确立,刚性消费与收入不确定性阻碍了居民形成理性服务消费预期。

3. 个人消费信贷发展不平衡,居住支出不断攀升,服务消费结构升级困难

提升居民服务消费需求,需要通过信贷方式把消费资金的剩余部分贷给消费资金不足者,促进即期消费和居民消费结构的升级。根据央行数据显示,2011年12月底,住户消费贷款余额为88716.86亿元(短期消费性贷款13555.05亿元,中长期消费性贷款75161.8亿元)其中住房贷款余额占消费贷款余额80%以上,规模上占绝对主导地位^[6]。近年来,高房价造成城镇居民居住支出大幅上升,对服务消费产生较大挤出效应,尽管消费信贷业务规模不断扩大,但服务消费信贷与住房信贷发展相比极不平衡。此外受征信系统不健全、产品缺乏创新和交易成本过高等因素影响,教育、医疗、旅游等服务或房屋装修等个人消费的短期贷款品种与国外相比仍有较大差距^[7],服务消费结构升级效果仍难显现。

(三) 消费品价格因素

1. 服务消费产品价格上涨,抑制了中低收入居民消费需求

由于服务消费具有较高的收入弹性和价格弹性,价格上涨直接制约居民服务消费的扩大。当前中国的服务消费已基本市场化,但服务的生产并未完全实现市场化,市场进入的体制障碍仍很大,直接推动了整个市场的服务成本扩张,抑制了居民消费需求。例如教育、医疗、养老、通信、交通等服务收费高,表面上似乎加大了居民服务消费支出,实际上制约了居民消费,特别是限制了中低收入居民实际购买力的增长。

2. 实物消费品升级对居民服务消费空间造成挤压

实物消费品的升级,导致居民在收入不变情况下相应地减少服务消费支出。实物消费品是城乡居民的基本消费的重要组成部分,由于技术的发展和居民消费意识的不断提升,实物消费品也不断进行升级换代^[8]。多样化的实物消费品改变了居民的服务消费方式,例如随着个人计算机、互联网、电视等产品的日趋丰富,居民开始选择在家中自我服务实现自身需求,对服务消费空间产生了挤压效应。

(四) 服务供给因素

1. 消费服务供给不足,无法满足居民多样化和多层次服务消费需求

服务供给不足一定程度上制约了中国居民消费增长。中国目前人均GDP已超过5000美元,部分城市人均GDP已超过1万美元,对发展文化创意产品和高端消费品的需求已十分迫切,而中国相关服务产品供给仍然滞后,无法满足居民多样化和多层次的服务消费需求。高端产品和发展享受型的服务供给不足,导致中高收入人群有钱却无法消费,制约了消费总量扩张^[9];家政、养老、保洁等中低端服务供给也在质量和数量上难以满足中低收入阶层的需要,对居民服务消费扩大产生了阻碍。

2. 服务质量不高,服务标准不明确,成了居民服务消费发展的瓶颈

服务质量是居民持续性服务消费需求的基础,中国的服务消费领域面临服务质量和标准问题:一是服务质量安全问题突出。假冒伪劣产品普遍存在,虚假宣传比较普遍,约定消费陷阱多^[10];二是服务消费存在信息不对称、质量不易鉴别等特点,消费监管与维权难,服务质量参差不齐,服务不规范化现象时有发生;三是城市服务体系发展滞后,针对普通大众的便民服务平台和服务手段仍然缺乏,从业人员学历低、业务水平低等,影响了服务质量的提高^[11]。

3. 服务消费创新不足,文化服务和家庭服务需求缺口不断扩大

随着经济持续增长和居民收入上升,居民消费由生存型向发展与享受型过渡,但新兴服务业发展和服务消费创新明显不足。随着人口老龄化、家庭小型化和生活方式的巨大变化,家政服务、养老服务、育婴服务、社区照料和病患陪护等服务业态已初步显现^[14],文化服务和家庭服务需求缺口仍在扩大。

(五) 服务消费政策因素

从国家政策导向和居民消费偏好看,国家出台政策和居民消费的重点主要在实物消费层面,虽然教育、保健、旅游、餐饮、娱乐等服务消费需求呈现扩张之势,但中国在服务消费方面的政策仍不完整^[12],涉及增加服务供给和刺激服务消费需求的激励政策还较薄弱。行业管理滞后是造成服务消费发展缓慢的重要原因。相当一部分本应由市场供求决定的服务消费项目置于市场交易之外,使服务消费不仅难以形成自身的简单再生产,也不可能实现其扩大再生产^[13]。许多服务性行业行政管理色彩重,行业准入限制多,垄断现象突出,市场竞争缺乏,抑制了服务业的发展^[14]。

三、促进中国居民服务消费的对策

十二五规划提出,把推动服务业大发展作为产业结构优化升级的战略重点,营造有利于服务业发展的政策和体制环境,拓展新领域,发展新业态,培育新热点。以开放促改革,以竞争促发展,推动服务业制度创新,完善服务业政策体系,优化服务业发展环境^①。针对制约和限制中国服务消费增长的主要难点或矛盾,调整国民收入分配结构、提高居民收入水平、加快服务业体制机制和环境改革、推动城市化进程、完善社会保障体系和公共服务业等,是当前扩大中国居民服务消费,促进经济发展方式的主要抓手。

(一) 调整国民收入分配结构,增强居民实际消费能力

扩大居民服务消费需求最根本的对策就是要不断提高中低收入居民的实际收入水平,调整国民收入分配结构,增加居民的可支配收入,提高居民的实际购买力。

一是提高居民收入占国民收入的比重,注重扩大就业和再就业,增加普通劳动者收入。健全促进就业和创业、增加劳动收入的制度条件,多渠道开发就业岗位,鼓励自主创业,促进机会公平和充分就业;多渠道增加居民收入,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,大幅度地增加居民收入,逐步提高最低工资标准,健全职工工资正常增长机制和支付保障制度,创造条件增加居民财产性收入^[15]。

二是调整国民收入分配结构,特别是提高中等收入群体的比重。这是提高居民消费率的根本举措,经验表明,高、低收入阶层消费结构存在局限,不利于服务消费持续增长;而中等收入阶层消费结构更为合理,消费领域更为广阔,是服务消费增长的主要推动力,应通过提高工资水平、完善养老保险和医疗保险覆盖面等手段,扩大中等收入人群比重。

三是统筹区域和城乡发展,增加农村和西部地区居民收入。收入水平决定消费水平,中国农村的服务消费落后于城镇、西部的服务消费落后于东部的主要原因,是居民收入水平存在较大差距。据统计,农村居民家庭的人均收入仅为城镇居民家庭的30%左右,西部地区则更低。为促进全国的服务消费均衡发展,必须格外关注农村和西部地区居民收入水平的提高^[16]。

四是适度扩大服务消费信贷规模,增加对服务的即期购买力。消费信贷是市场经济条件下利用信贷手段促进服务消费购买的一种重要方式,国家可通过消费信用指导与调节消费者的支出投向,有意识加速或减缓消费的

① 中华人民共和国国民经济和社会发展第十二个五年规划纲要[EB/OL]. 新华网,2011-03-17.

社会实现。2011 年底中国住户消费贷款余额已达 88716.86 亿元,其中短期消费性贷款达 13555.05 亿元,对刺激消费、拉动内需、改善人民生活质量有着积极作用。应进一步推动消费信贷立法进程;简化申贷手续,开拓服务新品种;合理转移和化解个人消费信贷风险,鼓励人们采用信贷进行服务消费^[17]。

(二) 提高公共服务水平,增强居民服务消费预期

公共服务是增强消费对经济增长拉动作用的重要途径。完善的公共服务能够有效保障广大劳动者更好地分享经济增长的成果,降低因预期收入和预期支出风险而导致的预防性储蓄动机,改善居民消费储蓄决策,提高当期消费意愿。“十二五”规划明确提出,要建立健全公共服务体系,加快完善社会保障制度,进一步提高保障水平,要在中长期通过完善社会保障制度,减轻居民支出负担,改善生活质量;还要在短期内通过财政手段,加强公共服务供给。在切实扩大公共服务投入规模的同时,也要平衡经济增长和社会发展的持续性;同时,重点发展医疗保障、养老保障和住房保障,积极应对“看病难”、“老龄化”等现实问题,实实在在减轻居民负担,从而增强服务消费的预期和意愿。

(三) 深化服务业体制改革,创新服务方式和服务管理机制

首先,深化服务业体制改革,增强服务业的活力。中国服务业经过多年改革,形成了服务业产权主体多元化的格局,但是新旧体制的矛盾还很多。一是需要通过体制改革,调动社会各方面的力量兴办服务业^[18];二是发展服务消费要注重产权多元化,适当提升对外开放程度^[19]。三是要以市场化方向发展现代服务消费产业,允许更多的企业进入垄断经营的服务领域。四是培育服务消费产业市场化主题,通过开展合理竞争,改进服务方式,提高服务质量。五是要改善服务业供给,根据不同地区自身特点和优势以及本地区居民的消费水平和消费层次来促进服务业发展。

其次,发展现代服务产业,满足多层次服务消费需求。创新服务消费领域,发展多种新兴服务项目,寻求新的消费热点。“十二五”规划强调“优化发展商贸服务业、积极发展旅游业、鼓励发展家庭服务业、全面发展体育事业和体育产业。”从国家政策鼓励层面看,商贸服务、文化服务、旅游服务、家庭服务和体育服务很可能成为未来中国居民服务消费的热点和重点。居民对休闲娱乐、文化创意、移动增值、数字新媒体等服务消费的需求日益增加,拓宽了这些新兴服务业的发展空间。

再者,关注服务方式和服务管理创新。政府和企业等消费市场参与者都应该重视服务消费创新,积极推出消费激励措施,引导消费方式转变,通过运用各种市场手段增强消费者的支付能力。加强对服务市场的管理,规范市场行为,创造一个公平竞争的市场环境^[20],推动服务消费市场持续发展。

(四) 理顺服务价格体系

理顺服务产品或服务收费的价格体系,完善市场化机制,适时进行合理价格调控。在服务消费价格方面,建立、完善和强化市场机制的作用,建立合理的服务消费价格体系,提高服务质量和效率。对于自然垄断性行业服务价格,加强政府管制,既要防止有些服务的自然垄断性质转化为经营垄断,又要保持服务企业的合理收益;对于公共产品服务价格,重点是以加强财政补贴、提高服务业内部效率和相对收益水平为基础,解决公共服务部门的效益目标错位和产出少的问题,达到既保护经营者的经营积极性,又保护消费者的合法权益的目的。加快垄断性服务业改革的进程,逐步降低微型服务企业的负担,通过公平竞争机制改进服务方式,提高服务质量,降低服务价格,从而扩大城镇居民的服务性消费水平^[21]。

(五) 扩大服务业基础设施建设,加强服务消费政策引导

服务消费环境是影响居民服务消费观念和需求的重要因素。2010 年中国城镇消费品零售额为 13.37 万亿元,占社会消费品零售总额的 86.5%,在城镇居民占据消费需求主体,实物消费渐趋刚性的情况下,服务消费将成

为居民服务支出的重点。为此,一方面要加强服务业基础设施建设,推动城镇化进程加快,完善户籍制度改革,缩小城乡服务消费水平的差别,刺激服务消费行业的规模增长,增加居民消费结构升级和便利化提高。另一方面,要强化对服务消费的政策引导,加快服务消费相关立法,确定服务消费的基本规则,提高服务业从业者素质,加强专业化和规范化培训,提高服务消费水平,加强服务行业资质认证规范化建设,全面提高服务环境建设,保障居民愿意消费、放心消费和持续消费。

参考文献:

- [1] 国家统计局. 中国统计年鉴,2011[M]. 北京:中国统计出版社,2012.
- [2] 郑新立. 通过改善民生拉动经济发展[N]. 人民日报,2009-12-28.
- [3] 和淑萍. 中国城镇居民服务性消费存在的问题及对策分析[J]. 消费经济,2010(4).
- [4] 徐伟. 扩大中国居民服务性消费的对策[J]. 经济纵横,2008(7).
- [5] 申向东. 对扩大消费拉动经济增长的思考[D]. 吉林大学,2004.
- [6] 中国人民银行. 金融机构人民币信贷收支表[EB/OL]. 中国人民银行网站,2011-12.
- [7] 陈慧芳,李菲,王霞飞. 中国个人消费信贷现状及对策思考[J]. 经济研究导刊,2008(2).
- [8] 郭怀英. 扩大服务消费需求的难点与对策[J]. 宏观经济管理,2011(12).
- [9] 袁颖. 关于中国扩大消费需求的思考[J]. 当代经济,2009(12).
- [10] 严先溥. 注重扩大服务型消费,大力推动经济稳定增长[J]. 金融与经济,2005(9).
- [11] 邸建凯. 迎接服务消费快速增长的黄金期[EB/OL]. 中国经济网,2009.5.
- [12] 乔忠学. 谈扩大消费需求的主要障碍与对策[J]. 徐州教育学院学报,2002(3).
- [13] 邹时荣. 中国服务消费市场发展的现状与对策[J]. 湖南商业高等专科学校学报,1999(4).
- [14] 梁达. 提升服务性消费比重可有效拉动消费[N]. 上海证券报,2009-3.
- [15] 白津夫. 坚持扩大内需战略 促进经济内生增长[J]. 北京经济管理干部学院学报,2011(3).
- [16] 周晓斌. 中国服务性消费的突出问题及对策[J]. 经济纵横,2006(2).
- [17] 邹时荣,王麓怡. 中国服务消费发展战略与政策选择[J]. 湖南商业高等专科学校学报,1998(4).
- [18] 郝梅瑞. 消费服务时代:居民消费升级的新阶段[J]. 消费经济,2006(5).
- [19] 杨圣明. 开拓服务消费市场问题[J]. 商业经济研究,1998(11).
- [20] 俞仁龙. 论服务消费需求的变化与服务营销创新[J]. 理论探讨,1999(5).
- [21] 和淑萍. 中国城镇居民服务性消费存在的问题及对策分析[J]. 消费经济,2010(4).

Study on the Influence Factors to Promote China's Residents Service Consumption

SHEN Jia-wen¹, LIU Zhong-wei²

(1. Guanghua School of Management, Peking University, Beijing 100871;

2. School of Economics and Management, University of Science and Technology, Beijing 100083)

Abstract: To promote our country residents service consumption is of great significance, the paper make the detailed analysis on our expanding residents service consumption influencing factors of economic structure factors, dweller income factors, product price factors, service supply factors, consumption policy factors and so on. Put forward to the policy proposal such as raise residents' consumption ability, improving public service level, strengthen the residents service consumption policy guidance, deepen service system reform, straighten out the service price system.

Key words: Residents Service Consumption; Public Service; Income Distribution; Economic Structure; Policy

责任编辑:魏小奋