

为转型升级构筑坚实的需求基础

刘勇^①

党的十八大提出，推进经济结构战略性调整，必须牢牢把握扩大内需这一战略基点，通过扩大国内市场规模，强化需求导向，推动战略性新兴产业、先进制造业健康发展，加快传统产业转型升级。近年来，在外部环境错综复杂、国内经济仍有下行压力的情况下，在党中央、国务院“定向调控、精准发力”的宏观调控下，国内消费需求的增长态势已经发生了一系列的新变化，对经济增长和结构调整也形成了若干深刻、长远的影响。

（一）当前国内消费需求的增长态势

国内消费需求保持平稳增长。2014年前三季度，全国社会消费品零售总额189151亿元，比上年增长12.0%；扣除价格因素实际增长10.8%，增速比上年回落0.7个百分点，延续了2011年以来的平稳态势。在反腐败的高压态势下，“三公”消费受到严格限制。据测算，2013年奢侈品消费的增速已由2011年30%降至2013年的2%左右。尽管消费意愿受到经济增速放缓和收入预期调整等抑制性影响，居民消费仍存在相当的刚性增长动力。

城乡消费差距趋向缩小。2014年前三季度，城镇消费品零售额163132亿元，同比增长11.9%，乡村消费品零售额26019亿元，增长13.0%。农村在全国消费品市场中的比重也由2011年的13.2%升至2014年1-9月的13.6%（2012和2013年分别为13.4%和13.5%），呈不断上升之势。在城镇化带动更多经济资源和消费活动移向城市的大背景之下，农村消费增长仍快于城市，说明支撑农村消费的基本因素正在发生改变。

中西部消费增速继续领跑。2013年，中部和西部分别达到59486亿元和41993亿元，均比上年增长13.4%，增速都比东部高出0.6个百分点。这也是自2006年以来中西部地区连续第七年增速快于东部地区。中西部在全国社会消费品零售总额中所占比重分别为25.2%和17.8%，各比2006年提高1.1和0.7个百分点；东部则相应由58.8%降至56.9%。

居民消费结构升级趋势不断显现。2013年，我国人均GDP已经突破6500美元；城镇和农村居民家庭的恩格尔系数分别达到36.2%和37.7%，各比2000年下降2.0和11.4个百分点。2014年前三季度，在全国13类限额以上主要零售商品中，增幅最高的分别是通讯器材类（24.3%）、中西药品类（15.1%）、家具类（14.5%）和建筑及装潢材料类（13.8%）。城乡居民的发展型、享受型消费持续快速增长，新型商品消费、服务消费、文化消费等正在成为新的消费热点。

网络消费高速增长。截至2013年底，我国网络购物用户规模达到3.02亿，较上年增加5987万，增长率为24.7%，使用率从42.9%提升至48.9%。2014年前三季度，全国网上零售额18238亿元，同比增长49.9%，比整个消费品市场增速高出37.9个百分点；占到社会消费品零售总额的9.6%。从消费对象的构成看，服装鞋帽是网络购物市场最热门的销售品类，其购买人群占75.6%。其次是日用百货和电脑、通讯数码产品及配件，所占比例分别为45.1%和43.3%。

（二）消费需求变动对结构调整的推动作用不断凸显

消费需求对经济增长的拉动力度持续增强。2008年，国内消费需求出现了较为明显的增速回落。2010年，最终消费率降到历史性最低点48.2%；之后，在宏观调控的作用下，

^①本文是中国社会科学院创新工程项目“扩大内需与工业转型发展研究”（批准号GJSCX2013-02）、国家社科基金项目“物流成本及其对产业发展、价格水平影响研究”（批准号12BJY022）的中期成果。刘勇，中国社会科学院工业经济研究所研究员、博士、工业投资与市场研究室主任。

逐年回升，继 2011 年（49.1%）和 2012 年（49.5%），2013 年升至 49.8%。其中，居民消费率和政府消费率分别为 36.2%和 13.6%，分别比上年提高 0.2 和 0.1 个百分点。2014 年前三季度，最终消费对经济增长的贡献率达到 48.5%，比上年同期提高 2.7 个百分点，比资本形成总额贡献率高 7 个百分点左右，宏观经济再平衡的态势更加明显。

内需稳定增长吸引外向型企业进行市场转型。全球金融危机以来，稳定增长的国内市场对那些以为国外高端品牌代工和供应零部件为主的外向型企业的战略吸引力日益强劲。越来越多的企业不再局限于加工代工的商业模式，而是将战略发展的重心从单纯的成本管控，逐渐转向提高产品附加值含量、培育自有品牌和构建营销渠道等方面，以深挖国内市场的发展潜力来抵消国际市场的冲击。例如，近年来珠海罗西尼全力以赴拓展国内市场：在全国建立 2400 多家销售网点，几乎覆盖县一级市场；与国内知名电子商务平台和物流企业合作，加速进行线上布局。2007~2013 年，净利润由不足 2000 万元持续增长至 2.6 亿元，年均增长速度超过 50%。

居民消费升级促进产业结构调整。在居民消费升级等多种因素的作用下，宏观经济在增长趋稳的同时，产业结构调整正在发生一些深刻、积极的变化，新产业、新业态、新产品在分化中孕育，在分化中成长。2014 年前三季度，服务业增加值比上年同期增长 7.9%，比工业增加值高出 0.8 个百分点；服务业占 GDP 的比重升至 46.7%，比上年同期提升了 1.2 个百分点，高于工业 2.5 个百分点。服务业占比在 2013 年首次超过工业的态势得以延续。在工业领域，高技术产业和装备制造业增速普遍快于传统工业。从投资领域来看，战略性新兴产业和现代服务业发展势头良好。

理性化消费有利于国产品牌崛起。在经济新常态下，经济增速的放缓以及官方“节俭令”对民间的示范作用，都促使居民消费更趋理性。消费增长既不依靠公款消费饮鸩止渴，也不依靠过度透支未来消费拔苗助长，而是通过居民消费的自然增长和收入水平提高带来的消费升级等内生动力获得支撑。这种消费行为，虽然会使消费增速有所下降，但却是消费心理成熟的表现，有利于促进企业转变增长方式、调整产品结构、实现转型升级。严格控制三公消费在校正针对进口高端品牌畸形消费的同时，客观上也为那些主要针对中低端私人消费的国产品牌腾出了宝贵的市场渠道空间。

网络消费促进商业模式创新。网络消费的迅猛发展，已经促使传统企业产生更迫切的“触电”需求。与 C2C 相比，B2C 在信誉和质量保障方面更能满足网络购物用户的消费诉求。2013 年，我国 B2C 交易规模达 6500 亿元，比上年增长 68.4%，远高于 C2C 市场 30.9%的增速。在这种形势下，电商企业纷纷采取“开放平台”策略，通过招募商家入驻，发展长尾市场。从趋势上看，O2O 具有连接线上线下的天然特征，能很好的解决传统行业电子商务化的问题，将成为互联网渗透实体经济的下一个重点。传统产业借助信息化技术来开发新市场，实现了对原有产业边界和运行机理的突破，已经成为转型发展的重要内容。

（三）扩大消费需求、促进产业转型升级的政策建议

通过扩大内需特别是居民消费需求，带动产业结构优化升级，无疑是中国转型发展的关键。可以在提高消费能力、稳定消费预期、增强消费意愿、改善消费环境等方面采取相应的措施，赋予消费需求以更大的增长潜力。

多渠道增加城乡居民收入，提高消费能力。强化产业政策的就业导向，通过税费减免、提供公益性岗位、岗位培训、社会保险、技能鉴定补贴等措施，增大就业吸纳能力，创造更多就业岗位。建立企业职工工资正常增长机制和支付保障机制，建立和完善工资指导价，适时合理提高最低工资标准，确保中低收入职工工资合理增长。建立健全以实际贡献为评价标准的科技创新人才薪酬制度，探索建立科技成果入股、岗位分红权激励等多种分配办法，完善高层次、高技能人才特殊津贴制度。推动农村土地流转和置换变现，让农民分享土地升值收益。拓展居民投资渠道，提高居民的股息、利息、红利等财产性收入。逐步提高扶贫标准、

低保标准、抚恤标准和养老金发放水平，提高低收入群体的转移性收入水平。

规范收入分配秩序，缩小收入差距。建立健全政府非税收入收缴管理制度，清理整顿各种行政事业性收费和政府性基金，取消不合法、不合理的收费和基金项目。在国企改革、土地出让、矿产开发、工程建设等重点领域，强化监督管理，堵住获取非法收入的漏洞。深入治理商业贿赂，加强反洗钱工作和资本外逃监控。推进国有企业现代企业制度建设，完善职业经理人薪酬激励体系。大力推进薪酬支付工资化、货币化、电子化，加快现代支付结算体系建设，建立健全社会信用体系和收入信息监测系统，完善个人所得税信息管理系统。建立健全财产登记制度，完善财产法律保护制度，保障公民合法财产权益。

推进基本公共服务均等化，提振消费信心。基本公共服务均等化是保障和改善民生的重要内容，也是扩大消费需求的重要前提和条件。为此，必须加快完善教育、就业、社会保障、医疗卫生、保障性住房等方面的制度安排。包括：全面落实九年义务教育免费政策，严格规范教育收费行为，合理配置教育资源，努力实现教育公平；全面落实城镇职工基本养老保险省级统筹，逐步实现基础养老金全国统筹；发展企业年金和职业年金，发挥商业保险补充性作用；整合城乡居民基本医疗保险制度，提高城镇居民基本医疗保险和新型农村合作医疗筹资和待遇水平；建立市场配置和政府保障相结合的住房制度，加强保障性住房建设和管理，加大保障性住房供给；制定基本公共服务标准，完善政府间转移支付制度，保证基层政府的基本公共服务供给能力。

积极培育新的消费热点。运用先进适用技术和高新技术改造提升传统产业，通过增量投入带动存量调整。健全技术标准，强化企业质量主体责任，推动企业建立全员、全方位、全生命周期的质量管理体系。鼓励企业制定品牌发展战略，支持企业通过技术创新掌握核心技术，形成具有知识产权的名牌产品，不断提升品牌形象和品牌价值。依托工业化和信息化的深度融合，创新产品，创新供给，创新商业模式，开拓新的消费领域，发挥新技术、新理念对消费需求的导向和引领作用。降低服务业进入壁垒、消除体制性障碍、建立健全市场监管体制、完善行业自律机制，完善与消费相关的基础设施建设，为拓宽城乡市场、扩大居民消费创造有利条件。扩大信息消费、养老消费、健康消费，促进新型电子产品、智能家电、节能汽车等热点商品消费，鼓励新的消费方式发展。

完善消费环境，进一步引导理性消费。围绕抓住“衣食住行”等与广大消费者生活息息相关的消费领域，完善消费品市场的信息系统和监管公共服务平台，加大对产品质量和价格的监管力度，特别是要加强食品安全监管，确保产品质量安全。整顿和规范市场经济秩序，严厉打击虚假广告、制假售假、商业欺诈等行为，加大针对社会失信行为的立法和执法力度，鼓励诚信经营，保护消费者的合法权益，增强消费预期，促进安全消费。积极发展消费信贷，支持居民合理的消费需求增长。建立健全现代消费品营销体系，推动物流配送、电子商务等现代交易方式和组织形式快速发展。完善社会信息基础设施平台建设，提升信息化水平，支撑新兴消费领域发展。继续严格“三公”经费预算和管理，控制政府消费增速。积极鼓励和倡导低碳绿色消费，避免出现“先消费、后污染、再治理”的现象。