

厦门扩大消费需求拉动经济增长的思考

杜朝运, 马彧菲

(厦门大学 金融系, 福建 厦门 361005)

[摘要]消费对于经济增长具有不容忽视的积极作用。然而多年来消费对厦门经济的驱动作用较为乏力,其最终消费率低于福建省和全国的平均水平。2009年5月,厦门市政府发布并实施了《厦门市贯彻落实国务院搞活流通扩大消费政策的实施意见》,该政策取得了较好的拉动消费的效果,但同时也存在一些问题。本文从短期和长期两个方面提出了拉动厦门消费需求的政策建议。

[关键词]厦门市;消费需求;经济增长

[中图分类号]F063.2

[文献标识码]A

[文章编号]1673-5684(2010)02-0041-05

在金融危机的背景下,扩大内需是保持稳定和发展的重要途径,厦门市政府在2009年的工作计划中也提出把扩大内需作为保增长的根本途径。消费是经济发展的动力源泉,扩大内需的关键就是在于扩大消费需求。消费需求是一种最终需求,它对于经济增长具有不容忽视的积极作用。然而多年来消费对厦门经济的驱动作用一直较为乏力。因此,研究厦门消费需求的情况,探寻如何拉动消费需求以扩大经济增长,具有重要的现实意义。

一、厦门消费需求的发展变化和现状特征

(一)拉动GDP的三大需求中,最终消费需求的作用居次席

从社会经济发展上看,消费需求是构成社会总需求的重要方面。2000年至2007年期间,厦门投资需求的绝对数额一直处于领先地位,年均增长率达到了19.48%;消费需求从绝对量上少于投资需求,但发展速度也很快。从比例上看,消费占GDP的三分之一强,且近些年比较稳定,而净出口下降较快,厦门GDP的

主推动力还是投资。(详见表1)

表1 支出法下GDP的构成比例

年份	支出法 GDP	最终消费	资本形成总额	货物和服务净出口
2000年	100%	33.06%	43.22%	23.72%
2001年	100%	32.80%	41.37%	25.83%
2002年	100%	31.22%	39.44%	29.33%
2003年	100%	28.52%	40.53%	30.95%
2004年	100%	36.59%	41.75%	21.66%
2005年	100%	37.39%	43.22%	19.39%
2006年	100%	38.89%	49.86%	11.25%
2007年	100%	37.70%	54.32%	7.98%

数据来源:2008年厦门经济特区年鉴

(二)居民消费,尤其是城市消费,是最终消费的主体

最终消费由居民消费和政府消费组成,其中居民消费又可分为农村消费和城市消费。2000年至2007年期间,居民消费的比重逐渐增加;在居民消费中,城市消费的比重明显上升,农村消费的比重很低,城市消费成为居民消费的主要构成。(详见表2)

[收稿日期]2009-

[作者简介]杜朝运(1973-),男,汉族福建泉州人,厦门大学金融系主任,教授、经济学博士。

马彧菲(1988-),女,回族,云南蒙自人,厦门大学金融系。

表2 厦门消费的构成比例

年份	农村消费 (1)	城市消费 (2)	居民消费 (1)+(2)	政府消费 (3)	国民消费 (1)+(2)+(3)
2000年	16.38%	51.02%	67.40%	32.60%	100%
2001年	16.51%	49.58%	66.09%	33.91%	100%
2002年	10.52%	50.42%	60.94%	39.06%	100%
2003年	14.45%	45.65%	60.10%	39.90%	100%
2004年	7.33%	63.55%	70.88%	29.12%	100%
2005年	6.29%	65.07%	71.40%	28.64%	100%
2006年	5.93%	65.60%	71.53%	28.47%	100%
2007年	6.05%	69.48%	75.53%	24.47%	100%

数据来源:2008年厦门经济特区年鉴

(三)最终消费率总体略有增长,但农村消费率下降较快

最终消费率=最终消费/支出法生产总值×100%,它衡量了消费对经济增长的贡献程度。在2000年至2007年期间,厦门市的国民消费率略有增长,政府消费率基本稳定,城市消费率快速增长,同时农村消费率下降较多。(详见表3)

表3 厦门的最终消费率情况

年份	农村消费 (1)	城市消费 (2)	居民消费 (1)+(2)	政府消费 (3)	国民消费 (1)+(2)+(3)
2000年	16.38%	51.02%	67.40%	32.60%	100%
2001年	16.51%	49.58%	66.09%	33.91%	100%
2002年	10.52%	50.42%	60.94%	39.06%	100%
2003年	14.45%	45.65%	60.10%	39.90%	100%
2004年	7.33%	63.55%	70.88%	29.12%	100%
2005年	6.29%	65.07%	71.40%	28.64%	100%
2006年	5.93%	65.60%	71.53%	28.47%	100%
2007年	6.05%	69.48%	75.53%	24.47%	100%

数据来源:2008年厦门经济特区年鉴

(四)厦门市的最终消费率低于福建省和全国的平均水平,但厦门市消费的增长速度较快

厦门市的最终消费率在大多数年份都处于福建省的最低水平,说明厦门市消费对经济增长的贡献相对较低。同时厦门市的最终消费率也远低于全国的平均水平。但是我们注意到福建省和全国的平均最终消费率都有下降的趋势,而厦门市的最终消费率却是略微上升,说明福建省和全国的消费增长速度落后于GDP增长的速度,而厦门市消费增长的速度则略大于GDP增长的速度。事实上,2000年至2007年期间,GDP年均增长15.64%,消费年均增幅达17.83%,高于GDP增速2.19个百分点。(详见表4)

表4 厦门市最终消费率的比较分析

年份	厦门市	福州市	泉州市	莆田市	福建省平均	全国平均
2000年	33.1%	39%	34.6%	58%	54.4%	62.3%
2001年	32.8%	38.9%	34.3%	59.2%	54.4%	61.4%
2002年	31.2%	40.2%	34.5%	61%	54%	59.6%
2003年	28.5%	37.6%	34.4%	60.7%	53.2%	56.8%
2004年	36.6%	37.3%	34.8%	58.4%	51.6%	54.3%
2005年	37.4%	36.0%	44.4%	55.3%	50.2%	51.8%
2006年	38.9%	37.2%	43.4%	63.3%	48.6%	49.9%
2007年	37.7%	35.4%	41.5%	60.0%	45.7%	49.0%

数据来源:2008年厦门经济特区年鉴,福建省统计局,国家统计局

二、厦门消费需求存在的问题及原因

(一)收入的差距制约消费需求的增长

收入水平是影响居民消费需求最直接、最根本的因素。2007年,厦门市城镇居民高低收入组人均可支配收入绝对数额差距增至43978.27元,比2006年扩大了8792.79元。从高低收入差距比看,2007年高低收入差距之比为7:1,而2006年为6.8:1,高低收入差距进一步拉大。

收入差距的扩大对消费的影响不容忽视,一方面低收入阶层消费水平低下,消费愿望无法实现,消费结构以温饱为主,消费结构升级任务艰巨;另一方面高收入阶层因为消费愿望实现程度较高,边际消费倾向递减,对社会总消费的贡献有限。^[1]这就造成了想花钱的没钱花、有钱的不花钱的现象,制约了消费需求的增长。

(二)房价偏高抑制居民消费需求的增长

2000年以来,房地产业随着城市化进程的加快而进入上升轨道。经济增长和过多的流动性,推动房产需求的持续增长和房地产业规模的快速扩张。2004年,厦门房地产销售均价分别为岛内4625元/平,岛外2924元/平。2007年,厦门房地产岛内均价10600.75元/平,岛外均价6326.81元/平,房价直追上海和北京。由于房价的持续增高,很多家庭为了尽快解决住房问题,不得不控制其他方面的消费。特别应该注意的是,虚高的房价会抑制居民正常、健康的社会投资和消费,透支居民的未来消费。

(三)社会保障不完善“挤压”中低收入阶层的即期消费

2007年,厦门基本养老保险参保人数113.39万人,基本医疗保险参保人数118.86万人,同全市243万的常住人口相比,覆盖面仍然不高。相当多的消费者尤其是中低收入消费者对未来支出预期不稳定,即使

收入总额增加,也不愿增加即期消费,而为可能出现的失业、医疗支出及养老等进行储蓄。

近两年来,厦门市政府为完善社会保障做了不少努力,包括2008年建立覆盖城乡居民的医疗保险体系、2009年降低被征地人员基本养老保险参保门槛等,使得厦门市的养老、医疗、失业等社会保险覆盖面达到了90%。社会保险覆盖面的提高自然会更多的居民受益,然而保障金额仍然有待进一步提高。以2009年厦门最低生活保障标准为例,城市低保标准为330元/人/月;城镇为300元/人/月;农村为200元/人/月。而消费指数略低于厦门的杭州市,其市区城镇居民低保标准为每人每月400元,市区农村居民为每人每月300元。

三、现行刺激厦门消费需求的政策反思

(一)现行刺激厦门消费需求的政策

2009年5月厦门市政府发布并实施《厦门市贯彻落实国务院搞活流通扩大消费政策的实施意见》,内容包括:(1)健全农村流通网络,拉动农村消费。(2)增强社区服务功能,扩大城市消费。(3)提高市场调控能力,切实改善市场环境。(4)促进流通企业发展。(5)引导开展各种促消费活动,扩大消费。(6)切实改善市场环境,促进安全消费。(7)落实商贸流通业扶持政策,支持流通业发展。^[2] 这些政策取得了较好的拉动消费的效果,消费品零售市场稳步增长。2009年1~8月,全市实现社会消费品零售总额303.48亿元,比去年同期增长11.3%。

以第5条促消费活动为例。厦门市7月举行了“2009厦门购物节”活动,此项活动已经被商务部正式列入“扩大消费、创新生活”全国50项重点活动之一。借由购物节提供的商机,2009年7、8两个月厦门市社会消费品零售总额超过80亿元,其中8月份更成为消费增长最高的一个月。此次购物节在全球金融危机后的消费淡季里发挥出刺激消费欲望、提振消费信心的作用。

(二)政策实施的反思

厦门推出的刺激消费需求的政策,虽然取得了积极成效,但仍存在一些问题,问题的根本在于未能精准把握市场需求,所以在实施过程中,难免会出现具体实施的内容与市场需求不相符的现象。以目的在于拉动农村消费的家电下乡为例。2009年2月,家电下乡

活动在厦门正式启动。和国内其它地区的火爆相比,厦门家电下乡启动初期却显得颇为平淡,原因在于厦门市农村相对富裕,低端、低价的家电产品对于提升厦门农村消费意义并不大。不过,相关产品的销售在5月份以后出现了快速增长。对于家电下乡活动在厦门的渐趋火热,一方面,得益于政府和商家对家电下乡优惠政策宣传的逐步到位与商家相关服务的逐步完备;另一方面,第二批家电下乡活动新增了电脑等产品,迎合了厦门本地农民的需求。

厦门要有效刺激消费需求,必须先对当前需求状况有清楚认识。厦门市城镇居民的恩格尔系数在2007年已达0.347,按照联合国粮农组织标准已进入富裕阶段,在此条件下,厦门居民的消费已趋向发展型和享受型,意味着消费结构需要提升,如对教育文化娱乐服务有较大需求,居民更注重提升自身的素质。但从前述的《厦门市贯彻落实国务院搞活流通扩大消费政策的实施意见》可以看出,厦门市刺激消费的政策仍停留在传统阶段,未能引导正确的消费方向、培育新的消费热点、提升居民的消费结构,以此促进经济的发展。另外,《厦门市贯彻落实国务院搞活流通扩大消费政策的实施意见》也多是应急性、治标性的措施,更深层次的政策,如提高居民保障水平等都未涉及。

四、提振厦门消费需求的政策建议

(一)提振厦门消费需求的短期建议

1.灵活设计消费券种类,拉动厦门地区内需

厦门是一座风景优美的港口城市,旅游资源极为丰富。厦门市政府在2009年的工作计划中提出积极发展森林旅游、温泉旅游等项目,鼓励发展“农家乐”,旨在推动旅游消费。如果在选择适当的时期发放旅游消费券,相信对于推动地区消费增长,具有很好的杠杆作用。此外,还可根据不同的对象发放不同类型的消费券,可以推出社会消费券、转移性消费券、教育培训消费券等,用于企事业单位职工保收入,支持困难家庭孩子上学,城镇下岗失业人员、应届毕业生等群体的就业培训等,从而起到快速增加消费的作用。

2.切实做好家电下乡工作,扩大农村消费

家电下乡,是提高农民生活质量、扩大农村消费的一项重要举措。总体来说其对农村消费的拉动效应是立竿见影的。因此,有必要继续做好家电下乡这项工作,通过加强信息宣传,完善监督机制,严把质量标

准,简化补贴手续等解决可能存在的问题。同时要深入了解农民的需求特点,设计相应的产品,以及创新补贴方式,如通过卖家直接将补贴发放到农民手中等,提高农民购买的积极性,使得家电下乡真正普惠于民。

3. 增强社区服务功能,扩大城市消费

建立家政服务网络服务平台,促进家政服务企业的发展。现代社会的家庭小型化、人口老龄化,都使家政服务成为消费的热点。政府应该积极推进家政服务网络建设,依托大型服务企业建设家政服务网络中心;要对家政服务企业制定标准和规范,按照要求对员工进行培训,提高服务质量、形成服务特色,满足不同群体多样化需求,为居民提供安全便利的家政服务。

4. 组织大型购物活动,促进居民消费

组织引导大中型零售、餐饮企业采用多种形式,开展多层次、多主题的促销活动,让利于民。紧紧抓住元旦、春节、五一、国庆等旺销时机,积极策划,精心组织,不断掀起营销高潮。销售淡季的时候,商家企业要营造消费氛围难度比较大,如果政府出来搭一个平台,营造一个比较浓厚的商业氛围,就能拉动整个消费。厦门购物节已经证明了在淡季拉动消费效果很明显,应该继续举办。

5. 鼓励商旅结合,加大旅游线路产品的创新,发展外来消费

加强商贸与旅游的结合,促进旅游景点、交通节点商业设施的配套完善,发展特色商业街区,推出适合旅客消费特色的商品和服务。^[3]在突出“鼓浪屿”和“金门游”两大重点的同时,加大旅游线路产品的创新。博饼是厦门的地方文化特色,可以把现有的鼓浪屿博饼节升级为厦门狂欢节,吸引游客来参加博饼,从而带动一系列产业的发展。以厦门城市特色,吸引外来消费。

6. 政府有关部门积极表态,通过舆论和实际工作来引导和支持居民消费

政府有关部门的积极表态,可以通过舆论增加居民消费的信心和欲望,通过做好实际工作塑造出好的消费环境,让人们放心消费。例如台湾的马英九在台北市服饰批发商圈购买大衣、牛仔裤等服饰用品,并呼吁人们多消费,提振买气。而杭州市工商局上城分

局则是推出了“信心、放心、诚心、贴心”“四心”服务,构建食品安全防线,健全消费维权机制,加强经营行业自律,着力营造放心消费环境。

7. 合理发展消费信贷,促进潜在消费能力释放

消费信贷能够优化居民跨期消费选择,促进潜在消费能力提前释放。鼓励商业银行和其他金融机构在有效控制风险的前提下,结合已经出台的促进消费的政策,开发多样化的消费信贷产品。如可参照房地产消费优惠信贷利率,在一定期限内(暂定1年)对居民购买1.6升及以下排量国产汽车的消费信贷提供优惠利率。探索加快发展居民一般用途个人消费贷款,通过降低准入门槛和实行利率优惠等措施扩大覆盖范围。^[3]

8. 细分消费市场,促进老年消费

据统计,至2010年我国老年人消费将超过1.4万亿元,我国老年人消费群体正在不断壮大,而老年人消费有其特征。例如在日常食品方面,食品卫生和营养价值是老年消费群体首要关注的问题。如果餐饮市场细分定位,针对老年人身体特点,设计低胆固醇、低糖、低盐且具有一定的滋补作用的菜谱,提供个性化服务,如桌椅多设置扶手,餐厅播放一些怀旧音乐等,将会吸引老年人聚会聚餐,年轻人也会乐意带父母到老人餐厅消费,以尽孝心。

近些年来出现了“候鸟型养老”。老年人对健康尤其关注,一些患有哮喘、气管炎等季节性疾病的老人认为,与其花钱住院,不如花钱做“候鸟”,夏季、冬季到气候宜人的地区生活。厦门市气候宜人,在人们心目中是温馨祥和、适宜居住的城市,能够吸引大陆、台湾等地的老年人来厦门候鸟型养老。因此,开拓有利于老人享受候鸟生活的生活配套设施也会成为商机。比如,建立条件较好的养(敬)老院和老年公寓,还可以为候鸟型老人建立属地化的社区,在这个社区里,大家说的是家乡话,吃的是家乡菜,听的是家乡戏曲,等等。

(二) 提振厦门消费需求的长期建议

1. 积极搭建平台,拓宽就业渠道

积极搭建平台,拓宽就业渠道,把扩大就业作为稳定居民收入促进消费增长的重要途径。政府部门应该积极搭建就业信息共享平台,随时掌握不同企业的用工变化,并在裁员企业和用工企业之间进行积极沟

通,为对接就业提供可能。政府部门应该建立再就业技能培训和创业培训机制,提供相关的政策和资金支持,让更多的失业人员通过自主创业来实现就业。对于大学毕业生的就业,地方政府也应该尽其所能进行扶持。

2.提高居民收入水平

提高居民收入水平,是提高国民消费率的一项长期政策。一方面,政府应通过发展经济来提高居民收入水平;另一方面,政府应改革收入分配政策。

对于收入分配政策,具体来说,一是在国民收入初次分配中提高企业部门支付的劳动报酬。二是在国民收入再分配环节,提高政府的社会福利支出,完善城市和农村最低生活保障制度,扭转居民部门收入在再分配中的恶化态势。^[4]

3.提高城镇人口的消费水平,培育高端消费市场
针对厦门市城市化水平较高的特点,提高城镇人口的消费水平,对于提高国民消费的效果要远超过农村。提高城市人口消费水平,将是提高国民消费的一项可长期依赖的政策。

培育高端消费品市场可以促进高收入阶层的消费,对消费水平有较大的提高作用。厦门是海峡西岸经济区的重要中心城市之一,消费力名列全国第五。目前,已有众多世界顶级品牌云集厦门,形成了品牌效应,吸引了闽南周边城市的高端消费者。世界公认顶级奢侈品牌中已有超过八成进驻中国,福建尤其是厦门,是中国奢侈品消费的一大重要市场板块。随着两岸三通以及厦门游艇产业、国际邮轮码头等的发展,厦门越来越吸引世界奢侈品巨头的青睐,厦门有打造“海西奢侈品之都”的潜力。特别是随着金厦直航的开通,越来越多台商通过金厦口岸往返两岸,可以想方设法吸引金门追求名牌时尚的消费群,以扩大厦门的消费。

4.做好社会保障工作,树立居民消费信心

由于目前社会保障制度不够完善,增加了人们的预期风险支出,从而导致人们倾向于更多的储蓄和更少的消费。逐步完善包括住房、医疗、养老等在内的社会保障体系,可以减少居民对未来预期的不确定性,逐步树立消费信心,提升边际消费倾向,变远期的消费倾向为即期的消费热情。^[1]因此,应该做好社会保障工作,减轻企业、家庭负担,切实维护就业、失业人

员的利益。

5.跟踪消费需求,引导消费方向

在消费、投资和出口三驾马车中,如何刺激消费,对政府来讲可以说是一个需要花力气研究的课题。过去的经济发展中,关于扩大投资、关于发展外向型经济,探讨得非常多,但关于如何促进消费,毋须讳言,政府并未有太多的、专门的研究和举措。因为一般的观点是,经济发展了,消费自然跟上,政府只要把精力放在发展经济上,如何消费似乎就是老百姓自己的事。在温饱阶段,这种思维确实没太多问题,但是进入富裕阶段,消费面临着升级,政府就要有所作为。

所以,政府要密切跟踪消费需求,加强正确的舆论导向,提升居民的消费结构,如引导居民消费进入提高自身素质领域,鼓励精神文化消费,这样既可以增加人力资本投资、提高劳动力的素质,又可以促进国民经济的可持续发展。

参考文献:

- [1]刘征宇,黄巧敏.引导城镇居民消费 促进消费结构升级[J].厦门特区党校学报,2008,(4).
- [2]厦门市人民政府.厦门市人民政府办公厅关于印发厦门市贯彻落实国务院搞活流通扩大消费政策实施意见的通知[EB/OL].http://www.xm.gov.cn/zwgk/flfg/sfbwj/200905/-20090518_304716.htm.
- [3]孙学工,王蕴.当前消费形势与促进消费政策的效果分析[N].经济日报,2009-7-21.
- [4]张全红.中国低消费率问题探究——1992-2005年中国资金流量表的分析[J].当代财经,2009,(8).

(责任编辑:王 华)