

人大国发院十大核心产品系列

政 策 简 报

2019年4月 第4期 总第54期

人口结构变动、消费方式变革与居民消费

魏钦恭 邹静娴 曾晨



—— 中国人民大学 ——
国家发展与战略研究院
National Academy of Development and Strategy, RUC

人大国发院简介

国家发展与战略研究院（简称国发院）是由中国人民大学主办的独立的校级核心智库。国发院以中国人民大学在人文社会科学领域的优势学科为依托，以项目为纽带，以新型研究平台、成果转化平台和公共交流平台为载体，组建跨学科研究团队，对中国面临的各类重大社会经济政治问题进行深度研究。

作为首批25家国家高端智库建设试点单位之一，人大国发院坚守“国家战略、全球视野、决策咨询、舆论引导”的目标，着眼于思想创新和全球未来，致力于发展成为具有国际影响力的中国特色新型智库，服务于国家发展战略与社会进步。

国发院通过学术委员会和院务会分别对重大学术和行政事务做出决策。目前由人民大学校长刘伟教授担任院长。

地址：北京市海淀区中关村大街59号中国人民大学崇德西楼8楼

网站：<http://NADS.ruc.edu.cn>



人大国发院微信

作者简介

魏钦恭,社会学博士,中国人民大学国家发展与战略研究院讲师、研究员。主要从事社会发展、社会心态、社会不平等等领域研究,主要成果发表于《中国社会科学》、《社会发展研究》等刊物,出版学术专著2部。主持和参与国家社科基金项目等多项国家和省部级研究项目,获得“第九届中国社会科学院优秀科研成果奖”三等奖、中国社会科学院研究生院优秀博士毕业论文等荣誉和奖励。

邹静娴,经济学博士,芝加哥大学经济系访问学者,中国人民大学国家发展与战略研究院讲师、研究员。主要研究国际经济学和发展经济学,近年来在《经济研究》、《管理世界》、《世界经济》、《China Economic Review》、《Economics of Transition》等中英文学术期刊上发表论文二十余篇。

曾晨,京东公共战略研究院院长,长期从事数字经济及电子商务行业发展及产业政策研究。

欢迎媒体摘发、转载或采访。

媒体热线:程建平; 办公电话:010-62625159 15601321015

主办:中国人民大学国家发展与战略研究院(首批国家高端智库试点单位之一)

主编:聂辉华

编辑部主任:邹静娴

本期责编:邹静娴 程建平

摘要

从总体消费水平来看，尽管改革开放以来我国居民物质生活水平整体有了极大改善，但一个不容忽视的事实是居民消费还存在一定的不充分、不平衡的现象。鉴于此，本报告主要从人口结构变动和消费方式转变两个角度，基于微观抽样调查数据和电商消费数据，分析居民消费的结构变化及其特征。分析结果显示：在总体消费趋势上，居民消费贡献率不断提升，拉动经济作用进一步增强；居民消费结构变化明显，生存类消费下降、生活享受类消费提升。从人口结构变动来看，人口结构趋于老龄化，不同年龄群体的消费支出结构迥异；人口结构变化作用深远，供给、需求两侧均受影响。从消费方式变革来看，居民网购消费额逐年增加，中小城市贡献率不断提升；电商效应明显，消费方式变化有助于平抑空间差异。

总之，无论是人口结构变化还是消费方式变革，都会对居民的消费行为和宏观消费结构产生深刻而长远的影响。对此我们建议：一是，以消费为龙头拉动我国内需，仅有总量要求是不够的，必须密切关注人口结构与居民消费结构的关系。二是，由于人口结构变迁将从需求层面对各产业造成异质性的冲击，因此有必要根据居民消费结构的走势制定产业政策，以避免产业发展与消费需求脱节，进而造成产业结构与需求结构的错配。三是，技术革新正在重塑居民的消费方式和整体消费模式，应进一步发挥电子商务在多元消费品供给方面的优势，从消费品的可及性发力并进行政策的调适，有效缓解消费不平等状况。

一、我国居民消费的总体特征与结构变动

1. 居民消费贡献率不断提升，拉动经济作用进一步增强

总体上看，我国的居民消费水平长期偏低。以 2017 年数据为例，美国、日本、德国等发达国家的私人部门消费占 GDP 比重分别达到 68%、55%和 51%，而中国的私人消费比重还不到 40%。然而，自金融危机爆发以来，随着投资和出口的相继走弱，消费在经济增长中的贡献日渐加大。根据国家统计局的数据，在金融危机爆发前的 2005~2008 年期间，最终消费对经济增长的平均贡献率为 40.7%。而在危机爆发以来的 2009~2017 年期间，最终消费的平均贡献率上升近 15 个百分点，达到 55.2%。未来，随着中国人均收入的进一步提高，以及经济增长模式日益由投资驱动向消费拉动转变，私人部门消费占比预计将有明显提升，消费对经济增长的拉动作用也将进一步增强。

2. 消费结构变化明显，生存类消费下降、生活享受类消费提升

从结构上看，随着经济的快速发展和城乡居民收入的不断增加，我国居民消费结构也在不断变化。以 2013~2018 年的数据来看^①，城乡居民消费结构中占比下降最为明显的是食品烟酒和衣着类消费：全国居民人均食品烟酒消费占比从 2013 年的 31%降至 2018 年的 28%，其中城市、农村居民相应支出占比分别从 30%和 34%下降至 28%和 30%。与之相对应的是居民消费中居住、交通通信、教育文化娱乐和医疗保健等享受类消费支出占比的上升。举例来说，2013~2018 年间，城市、

^① 从 2013 年起，国家统计局开展了城乡一体化住户收支与生活状况调查，2013 年及以后数据来源于此项调查。与 2013 年前的分城镇和农村住户调查的调查范围、调查方法、指标口径有所不同，故统计比较从 2013 年起。

农村居民在医疗保健上的消费支出占比分别从 6%、9% 上升至 8%、10%。上述结果显示，过去几年间城乡的消费支出中生存类消费占比有所下降，而生活类、享受类消费占比有所提升。

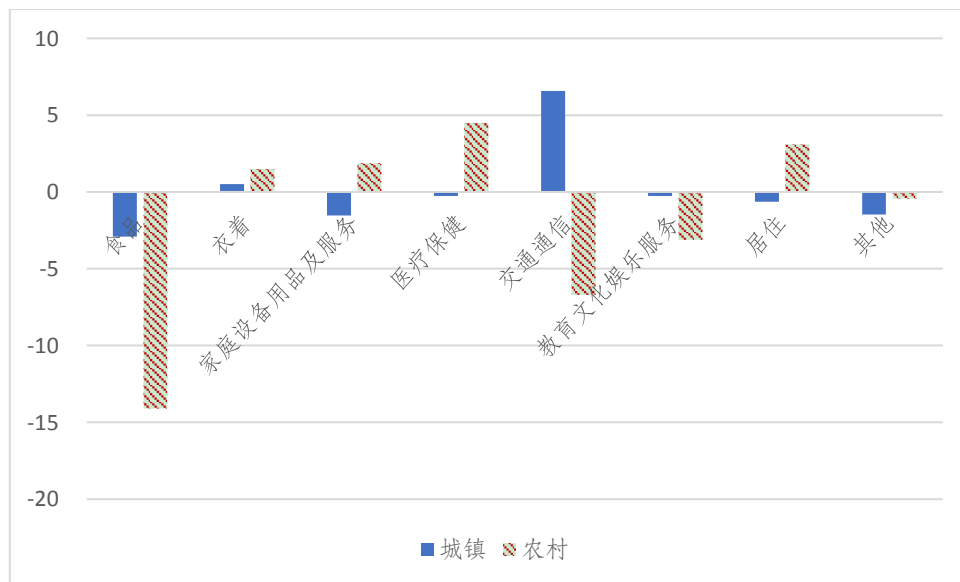


图 1：2013 年-2018 年我国城乡居民消费结构变化

注：数据来源于国家统计局相关统计资料

二、人口结构变动的影响

1. 人口结构趋于老龄化，不同年龄群体消费支出结构迥异

对我国未来人口结构的估计对于判断下一步消费变动的趋势至关重要，图 2 显示了 2010 年以及根据预测数据得到的 2050 年城镇居民的年龄分布。可以看出，2010 年的城镇居民中，20~40 岁人群的分布比例最高；而 2050 年的城镇居民中，60~80 岁人群的分布比例最高。这说明，在未来 40 年中，我国城镇居民的年龄结构将明显趋于老龄化。尽管“二胎政策”的实施会一定程度影响到人口结构的预测

结果，但从目前情况来看，老龄化的大趋势难以扭转。考虑到不同年龄段人群在消费品类选择上具有差异性，因此随着中国人口结构日趋老龄化，居民消费结构也必然随之变化。

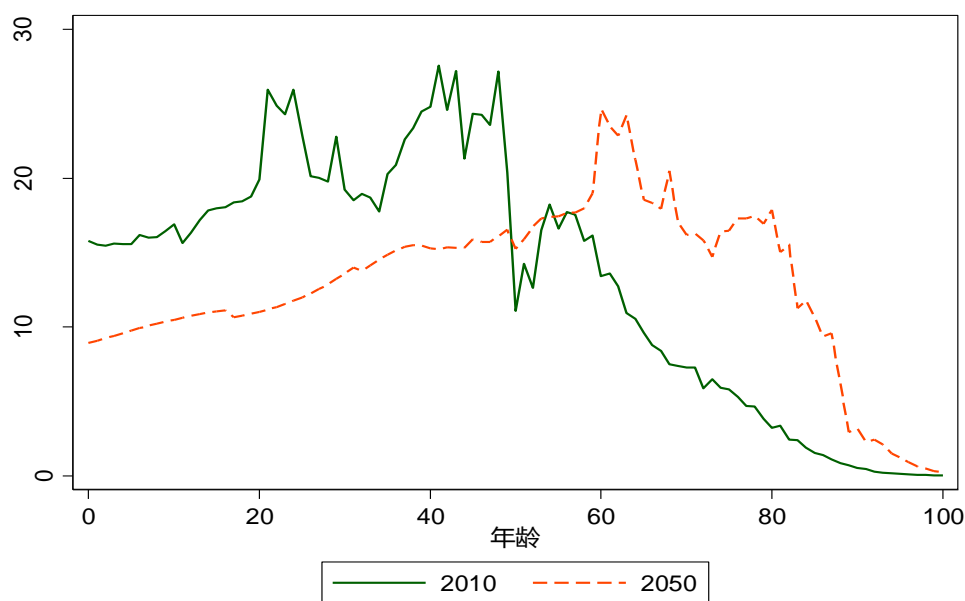


图 2 2010 年和 2050 年城镇居民年龄分布

注：数据来自胡英、蔡昉、都阳（2010）：《“十二五”时期人口变化及未来人口发展趋势预测》，《人口与劳动绿皮书（2010）》。北京：社会科学文献出版社。

基于此，我们将使用中国家庭追踪调查（China Family Panel Studies, CFPS）2010、2012 和 2014 年的数据，刻画居民消费结构随个体年龄的变动趋势。在 CFPS 数据中，消费支出以家庭为单位的统计，不仅报告了家庭总消费支出，还报告了其在食品、衣着、居住、家庭设备及日用品、医疗保健、交通通讯、文教娱乐和其他等八大类产品上的分项消费支出。八大类消费中，食品依旧是居民家庭消费中的最大开支项，占比超过 1/3。

通过结合家庭成员年龄、教育等个体信息和家庭总支出，我们可以将家庭消费支出分解到个人。结果显示，不同年龄消费者在消费结构上存在明显差异，这里我们挑选几类有代表性的消费进行报告：(1) 食品消费占比呈现“两头高，中间低”的“U型”变化趋势，这主要是因为少儿(尤其是新生婴儿)和老人在其他类消费上支出较少；(2) 衣着消费占比随年龄先增后减，峰值一般出现在30~40岁；(3) 交通和通信方面的消费占比在少年时期较小，在青年时期后迅速扩大，在50岁之后又不断下降；(4) 医疗保健呈现“双峰”趋势，第一个峰值出现在3岁以前，对应于婴儿时期。此后大幅下降，但在50岁之后医疗保健支出比例又会大幅上升，直至80岁前后出现第二个峰值。

2. 人口结构变化作用深远，供给、需求两侧均受影响

如果将八大类消费分别归入服务业和制造业，那么由上述结果还可进一步推导出产业结构的变化。归类时，我们分别尝试了将食品支出“归入制造业”、“归入服务业”或者“剔除”，结果显示各种分类下服务业与工业的相对支出比例均会在25岁前迅速上升，其后仍缓慢上升，峰值出现在45岁左右。其后，服务业与工业相对支出比随年龄的增长而缓慢下降^②。

除了消费品类需求的差异外，供给面也会随年龄结构变化而改变。我们利用CFPS成人问卷数据库，考察就业人口的行业分布与选择情

^② 更详细内容可参见 Rui, Mao, J. Xu, and J. Zou. "The labor force age structure and employment structure of the modern sector." *China Economic Review*, 52 (2018); 茅锐, 徐建炜. 人口转型、消费结构差异和产业发展[J]. 人口研究, 2014, 38(3).

况。结果显示，随年龄增长，服务业/工业就业人数比大致呈“U型”变化：在45岁以前，服务业与工业就业人数比维持在较低水平，且略随年龄下降；45岁以后，服务业与工业就业人数比迅速上升。这说明青年劳动力相对较多的分布于工业部门，而非青年劳动力相对较多的分布于服务业部门。由此可见，微观人口年龄结构变化将从供给、需求两方面对宏观消费需求、产业结构产生很大影响。

三、消费方式变革的影响

1. 居民网购消费逐年增加，中小城市贡献率不断提升

在人口结构变动与居民消费关系分析的基础上，此部分将重点关注电商兴起与发展对居民消费结构的影响。首先，在总体层面，从相关统计资料可以明显地看出（见图3），中国居民网络购物和消费的增长速度十分惊人。从2010年到2018年，网购总额度大幅攀升，从5000亿元增长到了90000亿元，平均增长率为38.5%；而同时，网络购物占社会消费品零售总额的比例也从3.3%提升到了23.6%。这充分说明，居民的消费模式正发生着深刻变迁，网络购物正在重构居民的消费方式。尤其是对于大型商场、商家等较为缺乏，消费品类较为单一的小城市和边远地区，居民可以通过各类电商平台来满足消费的多元化需求。

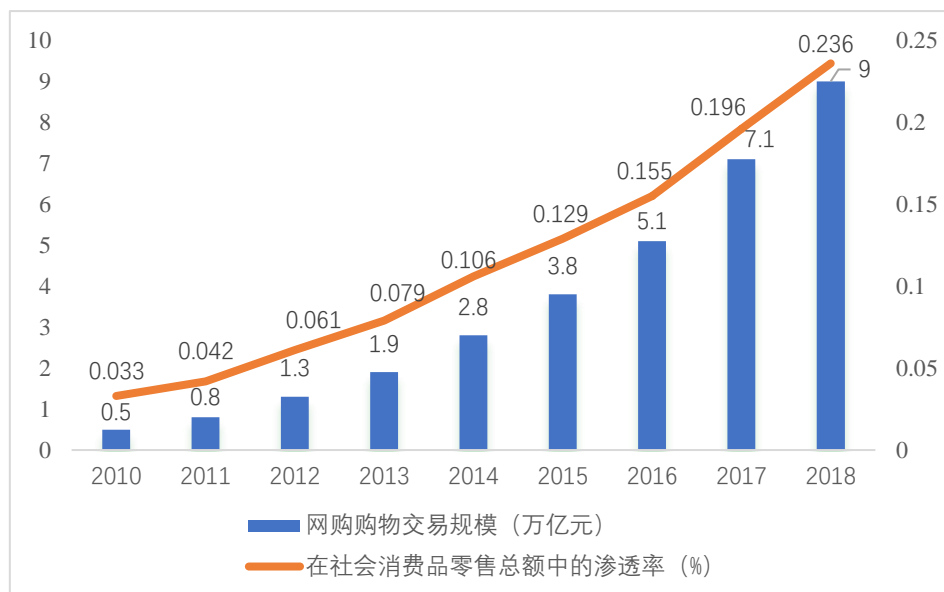


图3 中国网络购物消费的变动状况

注：数据来源于相关年份CNNIC发布的《中国网络购物市场研究报告》

图4是从2013年1月到2018年10月，全国70个大中城市居民在京东商城购买电子电器类商品的月度消费额变动状况。从总体关系来看，居民消费额度与月份之间的相关关系为0.671，总体上呈不断增加的态势。而根据麦肯锡的研究报告显示，从2011年到2012年，一二线城市居民在网络购物中的支出比例大概占其可支配收入的17%~18%；与之相较，三四线城市及更为偏远地区居民的网络购物支出比例更高，占可支配收入的比例约为21%~27%。当然，支出结构的变化和差异有以下可能的原因：相比于一二线城市居民，三四线及更为偏远地区居民的收入更低，消费支出占其收入的比例可能更高。但同时，与大城市及发达地区相比，欠发达地区的居民由于在线下可供选择的消费品类较少，从而可能更多通过线上网络购物来满足消费需求，进而显现出不同发展地区居民网购支出比例的差异。那么除了

居民收入水平的差异，电商发展及网络购物的普及是否有助于缩小消费的空间差异呢？

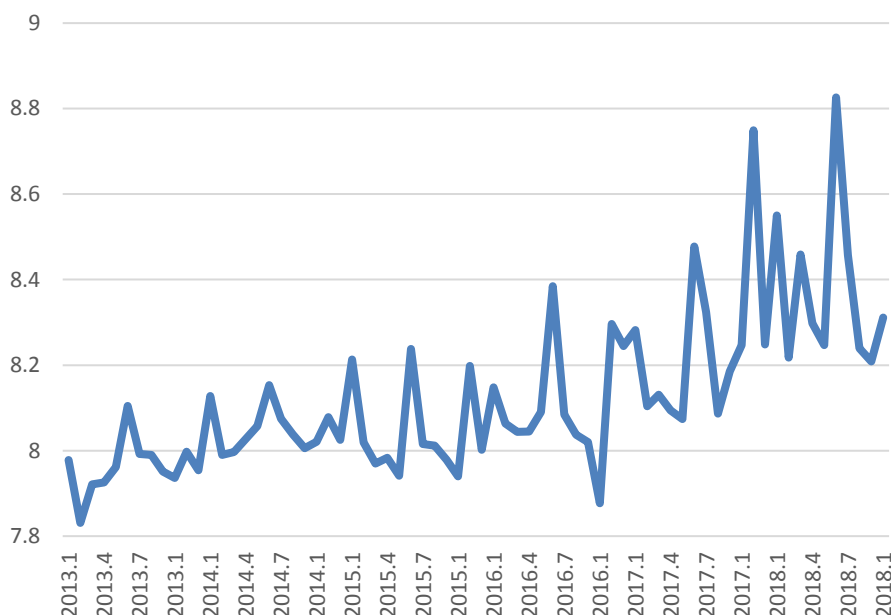


图 4 70 大中城市居民在京东商城购买电子电器类商品的变动状况 (2013-2018)

注：数据来源于京东商城消费数据

对此，我们同样通过居民在电商平台消费状况的变动，查看不同线级城市居民网购的贡献率及差异。图 5 是全国 361 个城市按线级划分后（根据经济社会发展程度的差异，分为一到六线），不同线级城市居民消费支出占总支出额的比例变动。可以很明显地看到，一、二、三线城市居民的总体贡献率呈现下降趋势，四线城市居民的总体贡献率稳中有升，而五六线城市居民的贡献率不断提升。

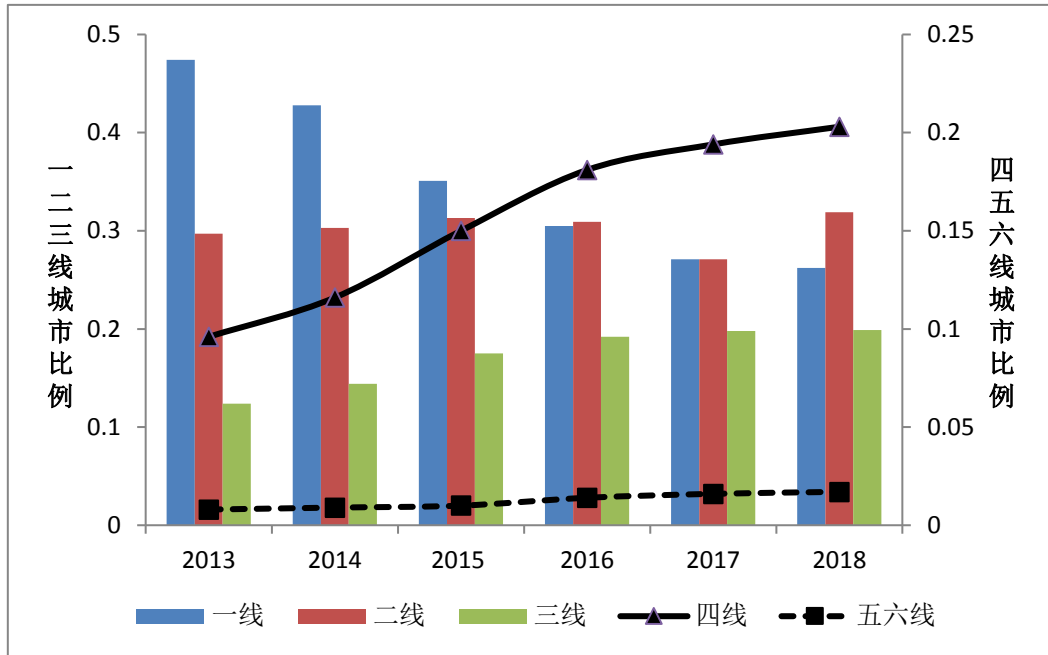


图5 不同线级城市居民支出占总体支出的相对比例 (2013-2018)

注：数据来源于京东商城消费数据

2. 电商效应明显，消费方式变化有助于抑空间差异

虽然一二线城市居民在消费总额中占绝对优势，但相对贡献率却在下降，从2013年的77.1%下降到2018年的58.1%，年均下降4.5%。而相比之下，三四线城市居民的贡献率从2013年的22%增长到了2018年的40.2%，年均增长13.3%。更需注意的是，五六线城市居民的相对贡献率虽然最低，从2013年的0.8%增长到2018年的1.7%，但增长率却最快，年均增长22.7%。

除了上述总体性描述，在控制一系列影响因素后（如人口结构特征、经济发展程度、互联网普及率等），进一步的分析结果还表明：一方面，虽然一线城市的绝对支出比例更高，但从消费趋势来看，中小城市的网络消费动力更加强劲。相较于一线大城市，其他非中心城市居民的消费增长率更快。另一方面，经济增长对不同线级城市居民

的网络消费具有异质性影响，相较于一线城市，经济增长虽对二线城市居民的网络消费无明显影响，但却会显著提升三、四线城市居民的消费支出。

这一结果意味着，相比于传统的线下零售，电商的兴起及其扩展，不仅改变了居民的消费方式，而且在很大程度上降低了零售商家的固定成本支出。首先，相比于实体店，电商平台为众多商家提供了免费或费用较低的销售载体。其次，相较于中心城市，三、四线及偏远城市居民，收入水平更低、线下消费选择更少，有着更为强烈的网络消费需求。最后，电商等新型消费模式的兴起与延展，不仅可以打破地域限制，可以让不同地区居民获得无差异的商品信息等；而且随着物联网等的快速发展，不同地区居民可以无较大差异地获得多元化的商品，在一定程度上有助于平抑消费的空间差异。

四、结论与对策建议

本报告利用中国家庭追踪调查数据和电商平台的居民消费数据，分别研究了人口结构转型和居民消费方式变革的影响。研究结果显示：一方面，不同年龄人群的消费支出结构迥异。少儿在食品、教育文化娱乐和衣着方面的支出较高，成人在衣着、家庭设备及服务、交通和通信消费支出以及居住方面的支出较高，老人在食品和医疗保健方面的支出较高。因此，人口年龄结构变迁必然会影响居民消费结构的变化。另一方面，电商发展引致的消费方式变化及空间差异特征明显。虽然一二线城市居民在消费的绝对支出上占优，但是三线之下地区民

众在网络消费的相对贡献率上却不断提升。电商发展在很大程度上已经改变了多数民众的消费方式，尤其是对于边远地区民众，带来了购物的极大便利、丰富了消费品的种类、实现了多元化消费需求的可及性。

为此，我们提出如下几点政策建议。

当前消费对经济的拉动作用日益凸显，因此消费增长对于扩大内需、转变经济增长方式都至关重要。但在此过程中，如果仅关注于消费总量是不够的，必须密切关注消费结构的变化，这其中人口结构的影响不可忽视。第一，随着人口老龄化，消费需求和产品供给结构都会发生变化。如果供给和需求变动不匹配，就可能出现部分产业萎缩或是过剩的情形。第二，我们也应认识到人口老龄化并不必然意味着消费增长的放缓，真正发生变化的是消费结构。第三，只有准确把握好消费需求的变动方向，提前在资源配置、人才培养等方面做好准备，才能避免产业发展与消费需求脱节，进而有效拉动内需。

电商作为不同于传统销售途径的技术革新，不仅重塑了居民的消费方式，而且有助于降低销售的固定成本以及减轻空间距离的约束，进而为小城市和边远地区居民带来更多的收益、改善福利水平。今后一段时期，应从多元消费品的“可及性”（强调不同收入群体在商品信息获得、购买途径和渠道等方面无差异）发力并进行政策的调适，进一步降低居民消费不平等状况。我们建议，一是，大力发展电子商务，拓展信息消费渠道，发挥电子商务在多元消费品和服务供给方面的优势。推动传统商贸流通企业积极利用互联网、大数据等技术手段，

实现线上线下交易融合互通、实体销售与网络销售优势互补，便利民众消费、扩展居民的选择性。二是，完善物流基础设施，推动跨地区跨行业的智慧物流信息平台建设，通过“互联网+物流”的方式解决小城市及边远地区电商物流“最后一公里”问题，提升居民网络购物的效率和便捷性。三是，在移动互联网及智能手机使用率不断提升的过程中，重视小城市及农村边远地区居民网络消费的迫切需求和巨大潜力，通过完善移动支付手段、提升消费信息传递的精准性和消费体验场景的多元性等，进一步改变这些地区居民的消费方式和消费观念。

供稿：中国人民大学国家发展与战略研究院。所有权利保留。任何机构或个人使用此文稿时，应当获得作者同意。如果您想了解人大国发院其它研究报告，请访问 <http://nads.ruc.edu.cn/more.php?cid=425>