

国内市场发展战略的演化逻辑

孙豪

(浙江工商大学经济学院, 浙江 杭州 310018)

摘要: 国内市场是大国经济超大规模性的比较优势。促进形成强大国内市场是新时代中国推进经济高质量发展的战略选择。促进形成强大国内市场的演化逻辑是: 经济发展阶段演进促使经济发展模式从投资主导型向消费主导型转变; 技术进步推动经济发展战略从出口导向型向内需主导型转变; 需求结构演进规律决定政府政策支持国内市场发展; 供需结构性错配需要通过供给侧结构性改革提升国内供需质量。经济发展过程中生产与消费的相对地位发生变化。经济发展重心从生产转向消费是上述演化逻辑的基础。促进形成强大国内市场需要“供给—需求—市场”全方位的政策体系支撑。

关键词: 国内市场; 发展战略; 演化逻辑

中图分类号: F015 **文献标志码:** A **文章编号:** 1000-2154(2020)08-0084-13

DOI: 10.14134/j.cnki.cn33-1336/f.2020.08.007

The Evolutionary Logic of Domestic Market Development Strategy

SUN Hao

(School of Economics, Zhejiang Gongshang University, Hangzhou 310018, China)

Abstract: The domestic market is the comparative advantage of the large-scale economies of large countries. Promoting the formation of a strong domestic market is a strategic choice for China to promote high-quality economic development in the new era. The evolutionary logic that promotes the formation of a strong domestic market is: the evolution of the economic development stage promotes the transformation of the economic development model from investment-focus to consumption-focus; technological progress drives the transformation of the economic development strategy from export orientation to domestic demand orientation; the law of demand structure evolution determines the government policies to support the development of the domestic market; the structural mismatch between supply and demand requires the improvement of the quality of domestic supply and demand through supply-side structural reforms. The relative position of production and consumption has changed during the course of economic development. The economic gravity center shifting from production to consumption is the basis of the above evolutionary logic. Promoting the formation of a strong domestic market requires the support of a comprehensive “supply-demand-market” policy system.

Key words: domestic market; development strategy; evolutionary logic

收稿日期: 2020-05-20

基金项目: 教育部人文社会科学研究青年基金项目“消费结构升级中的消费分化研究”(19YJC790115); 国家自然科学基金青年项目“房价上涨对消费结构升级及分化的冲击研究”(71903174); 国家社会科学基金重大项目“中华人民共和国居民消费史(1949-2019)”(19ZDA058)

作者简介: 孙豪,男,讲师,经济学博士,主要从事消费经济研究。

一、引言

今天的中国,前所未有地靠近世界舞台中心。2017年中国 GDP 占世界 GDP 的比重达到18.2%,^①2018年中国制造业占全球份额超过28%,是世界第一制造业大国。改革开放以来中国经济快速增长,中国正在经历公元1600年以来的首次历史性复兴(金星晔等,2019)^[1]。当今世界正面临百年未有之大变局,通过调整经济发展战略推动经济高质量发展,是实现中华民族伟大复兴的重要途径。当前全球经济增速缓慢,国际经贸摩擦增多,外向型经济发展模式逐渐不适应当前中国经济发展阶段,促进形成强大国内市场成为新时代支撑中国经济高质量发展的战略选择。

(一) 政策导向

中国经济增长逻辑已经发生重大转变,消费成为中国最大的经济增长动能。2019年最终消费支出对国内生产总值增长贡献率达到57.8%,拉动经济增长3.5个百分点。2018年12月中共中央政治局会议首次提出“促进形成强大国内市场,提升国民经济整体性水平”。2019年1月国家发展改革委、工业和信息化部等十部委联合印发《进一步优化供给推动消费平稳增长促进形成强大国内市场的实施方案(2019年)》,从六个方面提出24条促进消费需求发展的政策措施。2019年12月中央经济工作会议将“促进形成强大国内市场”列为重要工作任务。习近平总书记多次强调形成强大国内市场的重要性:在亚太经合组织工商领导人峰会上,习近平总书记指出:“中国近14亿人口的大市场必将成为世界经济的增长之源、活力之源”;^②在第二届中国国际进口博览会开幕式上,习近平总书记指出:“中国有近14亿人口,中等收入群体规模全球最大,市场规模巨大、潜力巨大,前景不可限量”。^③

强大国内市场是中国可靠的战略资源,是一种新型比较优势(刘志彪,2019)^[2]。促进形成强大国内市场,既能推动国内经济高质量发展,又能提升中国经济对全球增长的贡献率(何立峰,2019)^[3]。中国仍然是一个发展中国家(刘伟和蔡志洲,2018)^[4],并且仍然处于重要的战略机遇期(刘伟和范欣,2019)^[5]，“稳增长”依然是当前中国经济发展的重要任务。但中国经济发展阶段已经发生重要变化,进而推动经济发展战略转变。促进形成强大国内市场作为新时代中国重要的发展战略选择,有助于减少外部经济波动的冲击,增强经济发展内生稳定性。

(二) 经济超大规模性

规模对于理解中国经济问题具有重要意义。大国经济成长需要有坚实的国内市场基础(黄琪轩,2012)^[6]。中国经济超大规模性,是推动经济持续稳定增长的重要优势。各种要素资源的连接,激发了中国经济体量规模优势(泮伟江,2019)^[7]。经济超大规模性优势体现在经济运行效率、产业构成、空间格局、动态演化、全球影响等方面(国务院发展研究中心课题组,2020)^[8]。经济超大规模性也可以理解为大国优势。大国经济发展表现出经济结构多元、内需规模较大、产业门类完整、区域经济互补、要素禀赋异质、制度富有创新等典型性特征(欧阳峤等,2012)^[9]。大国优势即由国家规模产生的经济发展综合优势,包括分工优势、互补优势、适应优势、稳定优势等(欧阳峤,2009)^[10]。扩大居民消费规模,通过国内市场满足居民消费需要,是充分发挥大国优势的必要条件(欧阳峤等,2016;李君华和欧阳峤,2016)^[11-12]。发挥比较优势有助于建立竞争优势,进而促进经济增长(林毅夫和李永军,2003)^[13]。作为大国,中国需要通过促进形成强

^①该数据为金星晔等(2019)的研究结果。2020年5月19日,世界银行发布《购买力平价与世界经济规模——2017年国际比较项目结果》报告,按购买力评价法计算,2017年中国 GDP 为19.6万亿美元,占世界的16.4%,位居世界第一位。二者在中国 GDP 占世界份额的计算结果上,存在一定差异。

^②参见:习近平:同舟共济创造美好未来——在亚太经合组织工商领导人峰会上的主旨演讲,http://www.xinhuanet.com/politics/leaders/2018-11/17/c_1123728402.htm。

^③参见:习近平:开放合作命运与共——在第二届中国国际进口博览会开幕式上的主旨演讲,http://www.xinhuanet.com/2019-11/05/c_1125194405.htm。

大国内市场,发挥经济超大规模性的比较优势。

(三) 经济增长动力转变

经济增长理论经历了从投入驱动向需求拉动的演化历程。以索罗模型为代表的传统经济增长理论强调劳动、资本、技术等要素投入对经济增长的作用。需求与供给相互依赖、相互作用,经济增长是供求均衡的扩张,因此需求也影响经济增长表现。将需求因素纳入生产函数,能够更好地解释长期经济增长(Walker和Vatter,1999;Francisco和Joseph等,2009)^[14-15]。需求总量和需求结构均显著影响经济增长表现(Garegnani和Trezzini,2010;刘瑞翔和安同良,2011)^[16-17]。萨伊的“供给创造需求”理论受到挑战,没有需求的创新无法持续,没有需求的供给无法获得市场出清认可,需求是推动经济增长的重要动力(陈昆亭和周炎,2020)^[18]。

从需求动力视角考察经济增长,容易得到需求结构变化引致的需求动力演进。随着中国经济市场化程度提高,经济发展制约因素逐渐从供给转向需求(王裕国,1999)^[19]。对经济增长需求动力的研究表明,消费主导型经济增长模式是各国经济发展的共同方向(郭其友和芦丽静,2009;孙豪,2015)^[20-21]。中国正在从生产大国向消费大国演进(毛中根和洪涛,2011)^[22],经济发展战略从出口导向转为内需主导(孔祥敏,2007)^[23]。

已有研究阐释了经济超大规模性优势以及需求动力演进方向,为本文阐释国内市场发展战略演进提供了有益参考。本文将从经济发展阶段、技术进步、需求结构管理政策、供需错配等方面阐释中国主动选择促进形成强大国内市场发展战略的演化逻辑,并从生产和消费的相对地位论述该演化逻辑的基础,进而提出促进形成强大国内市场的政策建议。

二、促进形成强大国内市场的演化逻辑

促进形成强大国内市场是中国推进经济高质量发展的重要战略选择。本文从历史的维度考察中国经济发展模式、经济发展战略选择、需求结构管理政策和市场供需匹配等问题,阐释中国选择促进形成强大国内市场发展战略的演化逻辑。

(一) 经济成长阶段与经济发展模式

经济成长阶段决定经济发展模式选择。发展经济学家罗斯托将经济成长阶段分为六个阶段(见图1),从传统社会阶段到追求生活质量阶段,经济发展模式逐渐发生转变。杜焱和柳思维(2012)^[24]从需求动力角度考察了经济发展模式,认为在高额群众消费阶段,大国经济从投资需求主导驱动转向消费需求主导驱动,小国经济从投资需求主导驱动转向出口需求主导驱动。孙豪等(2017)^[25]基于消费主导型指标体系测度的经济增长模式表明,在经济增长的需求约束阶段,经济增长模式从投资主导转向内需主导,并进一步转向消费主导。中国经济的高速增长得益于高投资率、宽松的外商直接投资环境以及丰富且廉价的劳动力,但这种经济增长模式也面临一些不可持续的压力(Shane和Gale,2004)^[26]。在中国进入高额群众消费阶段之前,很难完全依赖消费需求拉动经济增长(李晓西等,2006)^[27]。因此,需求动力视角下的经济发展模式,很大程度上依赖于经济所处的发展阶段。

对应罗斯托的经济成长阶段,当前中国大致处于走向成熟发展阶段,经济从高速增长转向中高速增长,更加注重经济发展质量。从高速增长转向中高速增长,是经济从起飞阶段到走向成熟阶段的重要标志。在经济起飞发展阶段,高投资率是实现经济起飞的条件之一。1978—2011年,中国的投资率均保持在30%以上,投资率的均值达到38.1%。2012—2019年,投资率仍然保持在高位,但呈现出下降趋势,从46.2%下降至43.1%;同期,最终消费率从51.1%上升至55.4%;内需(投资和消费)占国内生产总值的比重处于96.8%~99.2%之间。因此,从经济起飞阶段到走向成熟阶段,经济发展模式逐渐从投资主导型转向内需主导型。在工业化后期以及后工业化时期,经济处于走向成熟发展阶段,经济发展的主导部门出现多样化发展,新的主导部门开始替代原来的主导部门,内需的内部结构发生变化,即投资比重下降,消费比重上升。内需结构变化及主导部门调整,是推动经济发展模式转换的基础。

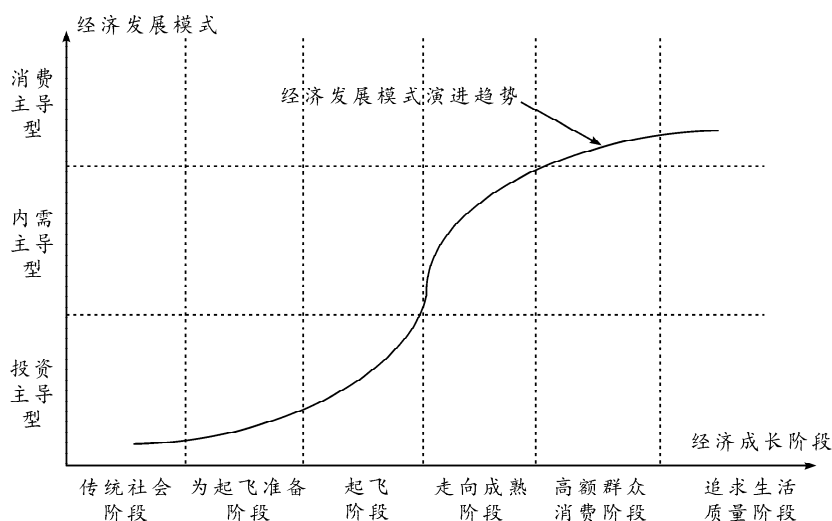


图1 经济增长阶段与经济发展模式

在经济发展初期(传统社会阶段和为起飞准备阶段),经济发展约束主要为供给约束,提高资本投入和技术积累以扩大生产,是经济发展的核心逻辑,这一阶段经济发展模式为投资主导型。当经济发展到高额群众消费阶段和追求生活质量阶段时,经济重心从生产转向消费,消费成为拉动经济增长的主要力量,消费对经济发展的基础性作用越来越强,经济发展模式转变为消费主导型。美国、加拿大、德国、英国、日本等高收入国家,居民消费率处于60%左右,最终消费率接近80%,是典型的消费主导型发展模式国家。当前中国居民消费率不足40%(见图2),最终消费率约为55%,尚未完全形成消费主导型发展模式。

上述演化逻辑可以归纳为:经济发展初期→供给约束→投资主导→经济起飞→内需主导型发展模式→内需内部结构变化→消费主导型发展模式。^①

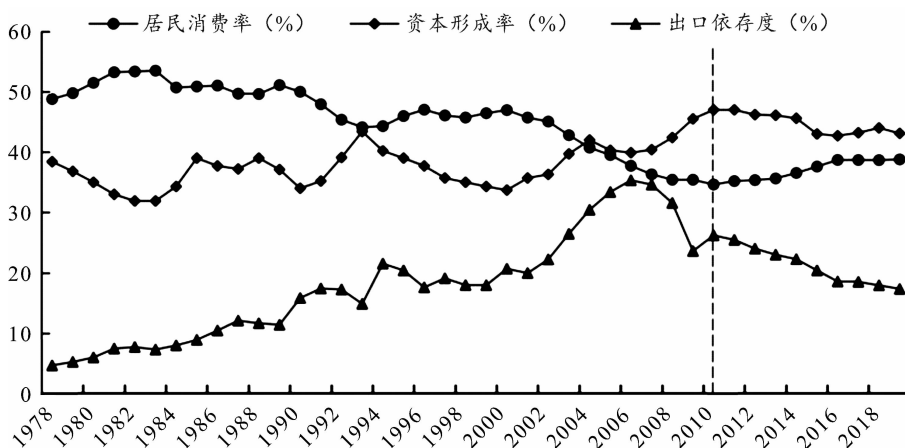


图2 中国需求结构演进

(二) 技术进步与发展战略

技术水平的高低决定国内市场发展战略选择。处于快速工业化进程的发展中国家,大多数(约占所有发展中国家的75%)国家选择了出口导向型发展战略(Karunaratne, 1980)^[28]。改革开放以来较长时间的经济实践表明,中国实施了外向型的发展战略,即通过扩大对外开放、吸引外商投资和促进出口等途径带动经济增长。在出口导向战略推动下,中国出口总额从1978年的167亿元增长到2010年的107022亿元,出口依存度从4.6%提高到26.2%(见图2)。这种出口导向型的发展战略,在中国技术水平较低和

①本文中“→”表示逻辑关系,并非因果关系。下同。

资本积累较少的发展阶段,对经济增长具有重要贡献。出口导向战略将中国劳动力纳入全球分工网络,促进了分工,提高了劳动生产效率,同时使更多中国产品走向世界市场,提高了中国同世界其他经济体的经贸联系,推动了中国工业化进程。在出口导向战略下,处于后发位置的发展中国家得以参与到全球分工体系,通过自身生产规模扩张以及与先发国家贸易往来,加速后发国家自身技术积累,推动产业结构升级,并通过贸易顺差为经济起飞积累资金。

出口导向型发展战略,在一定意义上取得了巨大的成功。比如,中国、日本、韩国、马来西亚等国家,在各自实施出口导向型战略的发展阶段,都取得了巨大的经济成功。然而,出口导向型发展战略具有自身缺陷,其战略实施依赖于自由贸易条件,且具有显著的阶段性特征。其一,出口导向型发展战略强调通过富有侵略性的出口战略扩张国外市场,对他国产品产生排斥或替代,从而对他国利益造成冲击,当越来越多的国家采取出口导向型发展战略时,将导致整个国际市场的竞争和冲突加剧。其二,出口导向型战略依赖于自由的国际贸易环境,当国际经贸摩擦增多和贸易保护主义增强时,出口导向型发展战略的执行及效果将受到显著抑制。其三,出口导向型发展战略适合处于快速工业化进程的国家,当一国原始资本积累和技术进步达到一定程度之后,经济发展更加重视国内市场,推动自主创新和提升本国消费者福利将成为新的战略选择。并且,与小国相比,大国具备规模经济优势,国内市场是更加稳定的市场,大国更有动力从重视出口转向重视国内市场。

较高的对外贸易依存度使中国经济受外部经济环境影响的风险加大,出口导向型发展战略开始暴露出越来越多的问题。2008年世界金融危机之前,中国出口导向型发展战略不断深化,对国际经济的依赖程度不断提高。2006年,中国对外贸易依存度达到64.2%,出口依存度达到35.3%。上述发展模式在一定程度上导致中国与其他国家经贸摩擦增多,人民币升值压力加大,经济增长受外部经济波动加大。并且,在中国实施出口导向型发展战略期间,中国处于全球价值链的低端,加工贸易约占出口的一半和进口的三分之一(Guo和N'diaye,2009)^[29]。世界贸易组织发布的《世界贸易报告2013》指出,国际货物贸易的比较优势在发生动态变化。中国需要跟踪商品比较优势动态变化,提升专业化分工水平,实现产业向全球价值链高端攀升(Santospaulino,2011)^[30]。

除了产业发展向全球价值链高端攀升之外,更重要的是中国需要转变经济发展战略。2008年世界金融危机凸显出国内市场的重要性。随着资本积累和技术进步,中国的经济发展战略逐渐从出口导向型转向内需主导型(见图3),这是中国对发展战略的主动调整。为了增强经济发展内生稳定性,中国政府加强培育国内市场,促进形成强大国内市场,增强消费对经济发展的基础性作用。在这种发展战略导向下,中国经济发展对国际经济的依赖性减弱,内生稳定性提高:2010—2019年,中国出口依存度从26.2%下降至17.3%,对外贸易依存度从49.4%下降至31.7%;中国居民消费率从34.6%提升至38.8%,最终消费支出对国内生产总值增长贡献率从47.4%提升至57.8%。

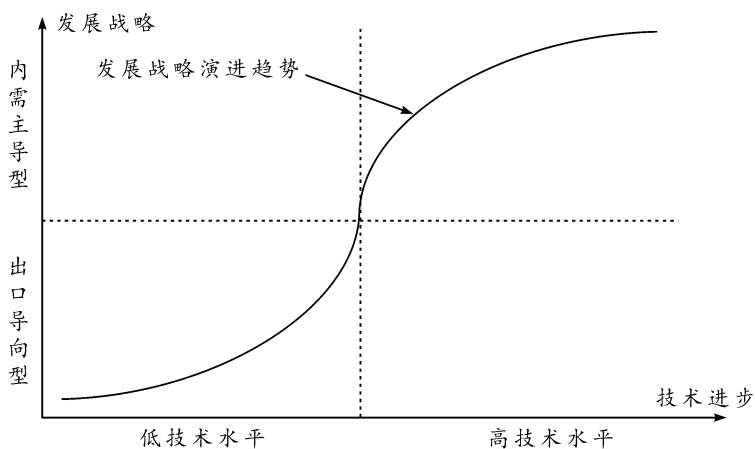


图3 技术进步与发展战略

上述演化逻辑可以归纳为：低技术水平和快速工业化进程→出口导向型发展战略→经济发展波动加剧以及资本积累和技术进步→内需主导型发展战略→促进形成强大国内市场→消费对经济发展的基础性作用增强→经济发展内生稳定性提高。

（三）需求结构与政策演进

需求结构演进规律是制定需求结构管理政策的依据。需求结构是经济结构的重要维度。钱纳里和赛尔昆(1988)^[31]对1950—1970年101个国家两万多个数据的研究发现,随着收入水平提高,居民消费率呈现出先下降后上升的U型趋势,即居民消费率在人均国民生产总值从100美元(1964年美元,下同)上升至1000美元过程中呈现出下降趋势,当人均国民生产总值高于1000美元时,居民消费率开始上升(见图4)。居民消费率U型规律适用于中国居民消费率发展趋势(晁钢令和王丽娟,2009)^[32]。1978—2010年,中国居民消费率从48.8%下降至34.6%,然后2010年又上升至38.8%,总体上呈现出U型趋势。居民消费率是考察国内市场发展状况的重要指标,中国居民消费率长期处于偏低状态(毛中根等,2014;陈斌开等,2014)^[33-34]。当居民消费率呈现U型发展轨迹且处于偏低状态时,如何进行需求结构管理?为此,本文基于改革开放以来中国共产党历次全国代表大会报告,研究了需求结构管理方面的政策文本(见表1),以期获得需求结构管理政策的演进规律。

表1 中国需求结构管理政策演进

报告(年份)	政策表述	政策导向
党的十二大报告(1982)	“……在这同时,还调整了积累和消费的比例,压缩了过大的基本建设规模。这样就既改善了国民经济的内部比例,也改善了人民生活。”	调整积累与消费的比例
党的十三大报告(1987)	“消费的增长持续超过生产的增长,是改革初期很容易发生的问题……许多发展中国家的经验证明,消费膨胀势必导致整个国民经济失去活力。我们一定要长期坚持艰苦奋斗、勤俭建国的方针。要坚决防止消费膨胀,保证社会消费基金的增长率不超过可分配的国民收入的增长率,职工平均工资奖金的增长率不超过劳动生产率的增长率。”	
党的十四大报告(1992)	“加快改革开放和经济发展,目的都是为了满足人民日益增长的物质文化需要。随着生产发展和社会财富的增加,城乡居民的实际收入、消费水平和生活质量要有明显提高。”	三大需求协调发展
党的十五大报告(1997)	“努力增加城乡居民实际收入,拓宽消费领域,引导合理消费。在改善物质生活的同时,充实精神生活,美化生活环境,提高生活质量。特别要改善居住、卫生、交通和通信条件,扩大服务性消费。”	
党的十六大报告(2002)	“扩大内需是我国经济发展长期的、基本的立足点。坚持扩大国内需求的方针,根据形势需要实施相应的宏观经济政策。调整投资和消费关系,逐步提高消费在国内生产总值中的比重。”	
党的十七大报告(2007)	“要坚持走中国特色新型工业化道路,坚持扩大国内需求特别是消费需求的方针,促进经济增长由主要依靠投资、出口拉动向依靠消费、投资、出口协调拉动转变……”	促进形成强大国内市场
党的十八大报告(2012)	“……使经济发展更多依靠内需特别是消费需求拉动……”	
党的十九大报告(2017)	“完善促进消费的体制机制,增强消费对经济发展的基础性作用。”	

发展经济的根本目的是提高人民的生活水平和质量。结合表1可知,在不同的经济发展阶段,政府为提高人民生活水平和质量采取了动态变化的发展战略。总体上,政府的需求结构管理政策可以划分为三个阶段。第一阶段,1978—1992年,生产资料和生活资料的供给还存在短缺问题,居民消费率较高,政策重点关注处理积累与消费的关系,关键在于促进积累和预防消费膨胀。在经济发展初期,积累是重要的,是实现社会生产总循环顺利进行的基础,也是为实现经济起飞做准备。第二阶段,1992—2012年,随着市场化水平提升,居民储蓄动机增强,居民消费率处于较低水平,政策重点关注如何协调三大需求结构,特别是扩大消费需求和提升居民消费率。第三阶段,2012年至今,新时代中国社会主要矛盾发生转化,国际经贸摩擦增多,居民消费率偏低抑制人民美好生活需要的实现。中国政府积极推进供给侧结构性改革和精准扶贫,促进居

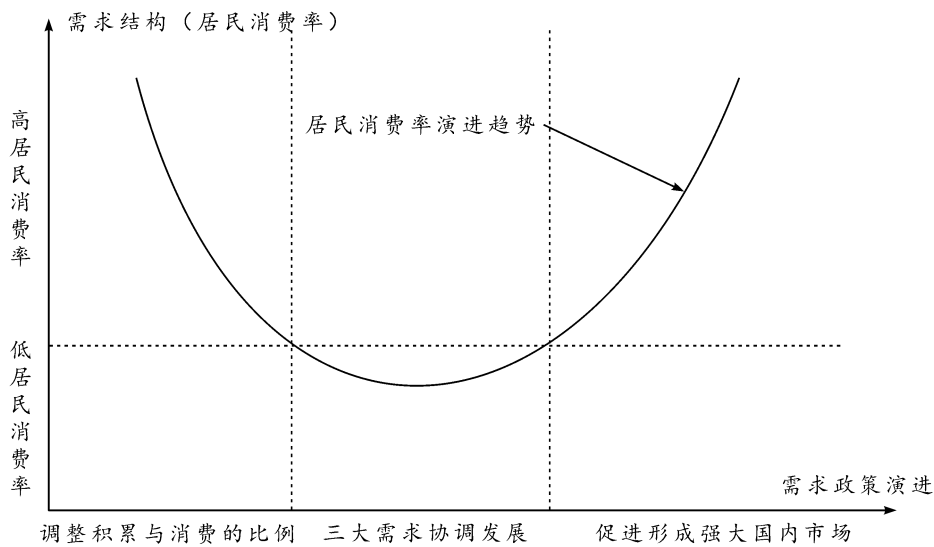


图4 居民消费率发展规律与需求政策演进

民消费结构升级,促进形成强大国内市场,增强经济发展的内生稳定性,努力实现全面小康。中国政府通过上述需求结构管理政策的动态转变,卓有成效地推动了经济发展,提升了人民生活质量。

上述演化逻辑可以归纳为:供给短缺→调整积累与消费的比例以防止过度消费→居民消费率下降→投资率上升→经济起飞→协调三大需求和扩大消费→促进形成强大国内市场。

(四) 供需错配与消费外流

消费结构升级是居民消费发展的规律性趋势,^①也是满足人民美好生活需要的重要途径。当前中国消费外流较严重,存在供需结构性错配问题(孙豪和毛中根,2020)^[35],抑制消费结构升级进程。随着收入水平提高,居民中高端消费需求增加,当国内供给不能满足消费需要时,将产生消费外流。依据国家文化和旅游部以及联合国世界旅游组织的数据,2017年中国出境游人数达1.31亿人次,境外消费占全球的20%。在供需结构性错配条件下,导致凯恩斯主义的需求管理理论失灵。普通商品市场的“饱和和需求陷阱”和住房市场的“投资偏好陷阱”,导致产能过剩和经济“脱实向虚”问题(周密和刘秉镰,2017)^[36]。供给侧结构性改革是解决上述问题的良方,也是促进形成强大国内市场的重要途径。供给侧结构性改革,一方面通过向市场提供更多优质商品,改善供给结构,满足居民中高端消费需要;另一方面通过缓解居民教育、医疗、住房等焦虑,提升居民消费倾向,扩大居民消费需求,促进消费结构升级(陈斌开,2017)^[37]。受贸易保护主义影响,国际经贸摩擦增多,通过深化供给侧结构性改革促进形成强大国内市场,成为中国增强经济发展内生稳定性的战略选择。

供需结构性错配是深化供给侧结构性改革和发展国内市场的动力。这一部分从供给结构与需求结构匹配程度的角度,分析促进形成强大国内市场的战略选择。本文将消费需求分为高消费结构需求和低消费结构需求两部分,将供给产品分为高供给结构产品和低供给结构产品两部分。以高消费结构需求是否得到满足作为判断市场供求均衡状态的依据,当高供给结构刚好等于高需求结构时,即达到市场供求均衡。假设最初国内供给结构与国内需求结构达到均衡状态,在静态均衡分析中,45度线 OA 上(见图5),国内高供给结构等于国内高需求结构,国内供求达到均衡状态。

在比较静态分析中,本文以消费结构升级衡量消费结构变化,以产业结构升级衡量供给结构变化。随着消费结构升级,居民中高端消费需求比例提高。假设居民高消费结构升级的幅度是给定的,例如,高消费结构由原来的 MN 提高至 M₁N,那么产业结构升级的幅度将使市场均衡产生三种情形(见图5)。第一种情

^①尽管近年来社会中出现消费降级和消费分化的声音,但总体上中国居民消费升级趋势稳定。参见:孙豪,毛中根,王泽昊.消费降级:假象及其警示[J].经济与管理,2020(3):19-26。

形,如果产业结构升级与消费结构升级同步进行,即高供给结构由原来的 EF 提高至 E_1F ,那么国内市场将达到一种更高水平的新供求均衡($M_1N = E_1F, M_1N - E_1F = 0$)。第二种情形,如果产业结构升级慢于消费结构升级,即高供给结构由原来的 EF 提高至 E_2F ,那么国内市场将出现供求结构性失衡,此时高供给结构低于高需求结构($M_1N > E_2F, M_1N - E_2F = E_1E_2$),国内供给无法满足消费者部分中高端消费需求,进而产生消费外流问题。第三种情形,如果产业结构升级快于消费结构升级,即高供给结构由原来的 EF 提高至 E_3F ,那么国内市场将出现供求结构性失衡,此时高供给结构高于高需求结构($M_1N < E_3F, E_3F - M_1N = E_1E_3$),国内中高端商品供给在满足国内消费者全部中高端消费需求之后仍有剩余,此时将会吸引国外消费者入境消费,或者国内企业出口部分中高端产品。

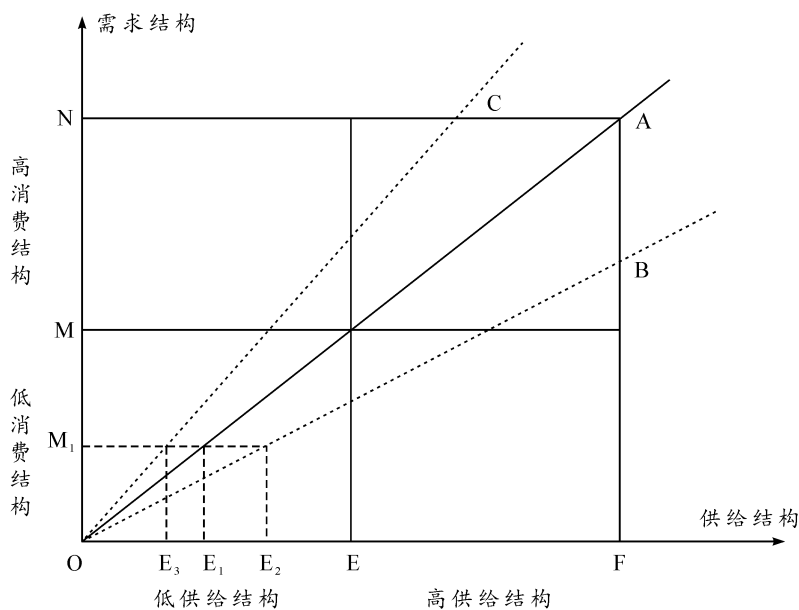


图5 供需匹配与国内市场

当前中国的实际情况与第二种情形比较契合。中国居民收入水平提高和技术进步通过提升消费需求和改善供给,共同推动了居民消费结构升级。消费结构升级使居民恩格尔系数快速下降:1978年城乡居民恩格尔系数分别为57.5%和67.7%,2019年城乡居民恩格尔系数分别为27.6%和30.0%。中国4亿多中等收入群体,中高端消费需求快速提高,服务消费、绿色消费、信息消费、时尚消费、品质消费、农村消费等六大领域,成为居民消费结构升级的重点领域和方向。同时,在产业结构方面,第三产业占GDP的比重从24.6%提高至53.9%。由于产业结构升级速度慢于消费结构升级速度,形成国内部分行业(钢铁、平板玻璃、电解铝等行业)产能过剩和消费外流(特别是奢侈品消费外流)并存的供需结构性错配问题。在这种条件下,通过“三去一降一补”深化供给侧结构性改革,化解供需结构性错配问题,有助于推动居民消费结构升级和促进形成强大国内市场,进而推动经济高质量发展。

上述演化逻辑可以归纳为:收入增长和技术进步→居民消费结构升级→供需结构性错配→消费外流→供给侧结构性改革→促进形成强大国内市场。

三、促进形成强大国内市场的基础

促进形成强大国内市场是发展战略演化结果,也是中国在新时代经济发展形势下的主动战略选择。促进形成强大国内市场的战略选择,具有坚实的经济理论支撑,也符合中国经济发展实践。从历史维度看,社会生产力的发展使经济供给约束得到缓解,经济发展制约逐渐从供给转向需求,经济发展重心从生产转向消费,作为大国,新时代中国经济发展应主要依赖国内市场。从现实维度看,经过改革开放以来四十多年的发展,中国的生产与消费已经发生重大变化,促进形成强大国内市场是对生产与消费变化的战略选择。

（一）理论基础：经济发展重心从生产向消费转移

在经济发展理论上,随着社会生产能力提升,生产与消费的相对经济地位发生变化,经济发展重心经历了从生产向消费的转移过程,这是选择促进形成强大国内市场的理论基础。

1. 社会再生产总过程的核心环节从生产转向消费。消费是一切生产的最终目的。生产、分配、交换、消费是社会再生产总过程的四个环节。没有消费,也就没有生产,因为如果没有消费,生产就没有目的;消费生产着生产,消费的需要决定着生产,消费不断地创造出生产新产品的需要;产品只有在消费中才能成为现实的产品。消费既是社会再生产总过程的终点,也是下一个再生产过程的起点。社会再生产总过程是不是良性循环,取决于人们的消费需要是否得到满足,以及消费与社会再生产其他环节是否协调。中国社会生产供给能力大幅提升,经济发展约束逐渐从供给约束转向需求约束。因此,扩大消费需求和推动消费结构升级,不仅是满足人民美好生活需要,更是有助于促进社会再生产总过程的循环。

2. 经济发展的主导动力从生产转向消费。经济增长模式的国际经验表明,消费主导型经济增长模式是经济发展的共同方向。根据发展经济学家罗斯托的经济成长阶段理论,经济发展依次经历传统社会、为起飞准备、起飞、走向成熟、高额群众消费和追求生活质量六个阶段,投资率先上升后下降,消费率先下降后上升。在物质不能得到充分供给的发展阶段,保持较高的投资率有助于实现经济起飞;在走向成熟阶段及之后的发展阶段,社会物质供给能力充足,消费取代生产成为经济社会生活的主导动力和目标。因此,生产能力提高和经济发展阶段演进,推动经济发展重心从生产向消费转移。

3. 城市的主要功能从生产转向消费。工业革命使生产与消费发生明显分离,推动城市形态从生产型向消费型转变。当前中国城镇化率突破60%,城市是经济社会发展的主要空间载体。人口加速向大都市圈集聚,中心城市和城市群正在成为承载发展要素的主要空间形式。城市经济学家格莱泽从消费的视角考察了城市经济增长,通过对费城、底特律、纽约、洛杉矶等城市的研究,发现以制造业为代表的传统工业逐渐从城市中心撤离,以金融服务、文化创意、休闲娱乐等为代表的新兴产业逐渐涌入城市中心。工业城市的衰落和消费城市的繁荣表明,大都市的增长越来越依靠城市作为消费中心的功能与定位。消费对城市发展的重要性逐渐超越生产,城市的消费功能逐渐取代生产功能的主导地位。城市本身作为一种场景,是一个整体消费品,是商品、服务和文化的消费中心。城市的消费属性不断塑造大城市的优势和竞争力,吸引高素质人才前来工作、生活和居住,进而推动城市经济增长。

（二）实践基础：中国的生产与消费发生巨大变化

在经济发展实践上,中国的生产和消费水平已经大幅提升,但与发达国家仍有较大差距,社会主要矛盾的主要方面已经从供给(生产)转向需求(消费),这是选择促进形成强大国内市场的现实背景与经济实践。

1. 从纵向维度看,中国的生产与消费已经实现大幅提升。经过改革开放以来四十多年发展,中国社会生产能力大幅提升,国内市场规模巨大,居民消费水平迅速提高。在生产方面:1978—2019年,中国GDP从3679亿元提高至990865亿元,从世界第十位提高至世界第二位;工业增加值从1621亿元提高至317108亿元,工业化进程大幅推进。中国自2010年以来一直是世界上制造业增加值最大的国家,在500余种主要工业产品中,中国有220多种产量位居世界第一,包括粗钢、发电量、化肥、水泥、棉布等;货物进出口总额从355亿元提高至315504亿元,贸易结构不断优化。在消费方面:1978—2019年,社会消费品零售总额从1558亿元扩大至411649亿元,居民消费从1759亿元增长至385895亿元,居民消费水平从183元提高至27563元;城乡居民恩格尔系数分别从57.5%(温饱水平)和67.7%(贫穷水平)下降至27.6%(富足水平)和30.0%(相对富裕水平)。

2. 从横向维度看,中国的生产与消费仍有较大发展空间。尽管改革开放以来中国的生产能力和居民消费水平都有大幅提升,但与发达国家相比,仍然存在不小差距。在生产方面:与美、日、德等世界制造强国相比,中国在生物医药制造等先进制造领域存在一些技术约束(李金华,2019)^[38];中国对基础理论和知识产权的商业应用不高;^①中国企业在研发投入、研发强度、研发集中度等方面与发达国家企业有较大差距

^①参见:国务院发展研究中心国际技术经济研究所与北京知本创业管理咨询有限公司发布的《2017年全球技术创新指数》。

(崔维军等,2015)^[39]。在消费方面:无论是与发达国家相比,与金砖国家相比,还是与相同收入行列国家相比,都可得出中国居民消费率长期偏低的结论(见表2);中国居民消费水平与美国、日本等发达国家有较大差距;美国、日本等发达国家居民恩格尔系数均低于20%,中国居民消费结构升级仍有较大空间。

3. 从供需维度看,中国经济发展重心正在从生产转向消费。党的十九大报告指出,新时代中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。社会主要矛盾转化释放两个信号:一是中国社会主要矛盾已经从简单的供求矛盾转变为结构性矛盾,供给侧从供给数量转变为供给质量,需求侧从消费需求转变为消费升级;二是中国社会主要矛盾的主要方面从供给侧(提高生产能力)转向需求侧(满足人民美好生活需要)。在社会主要矛盾转化之前,提升供给能力是化解社会主要矛盾的重要途径。化解新时代社会主要矛盾,则需要通过供给侧结构性改革(作为手段),提升供给质量,促进消费结构升级,满足人民美好生活需要(作为目的)。需要说明的是,尽管经济发展重心正在从生产向消费转移,但这种转移才刚开始,^①并且这种转移是一个长期持续的过程。完成这一转移过程,需要经历全部的走向成熟阶段,^②直到达到高额群众消费阶段。由于中国仍然是世界上最大的发展中国家,因此,保持一定的经济增长速度依然是非常重要的。值得乐观的是,促进形成强大国内市场与保持经济增长速度并不冲突,并且二者相互促进。

表2 主要经济体的居民消费率(%)

经济体/年份	1995	2000	2005	2010	2015
中国	46	47	40	36	38
美国	64	65	67	68	69
德国	59	58	58	56	55
英国	60	64	66	66	64
日本	57	56	57	58	57
印度	60	58	55	55	56
韩国	60	56	53	50	48
巴西	60	59	57	60	63
俄罗斯	39	37	43	51	53
中低收入国家	64	65	64	61	62
中高收入国家	66	60	54	49	44
高收入国家	58	59	59	60	59
经合组织成员国	59	59	60	61	60
世界	60	59	59	57	56

注:数据来源于世界银行数据库(<https://data.worldbank.org.cn/>),表中数据经作者计算得出。

四、促进形成强大国内市场的条件与建议

(一) 中国培育强大国内市场的条件

经济发展的根本目的是提高人民生活水平。促进形成强大国内市场,不仅是新时代中国推动经济高质量发展的主动性战略选择,也是满足人民美好生活需要的重要途径。前文关于国内市场发展战略演化逻辑以及生产与消费的相对地位变化表明,当经济发展处于不同阶段时,对国内市场的重视程度存在差异。在走向成熟发展阶段、技术积累达到一定程度、政府政策注重协调三大需求和供需错配情境下,消费将逐渐取代生产成为经济发展重心,经济发展需要重视国内市场的内生支撑作用。从“供给—需求—市场”体系看,中国在消费主体、消费客体和消费环境等方面具备培育强大国内市场的良好基础条件,处于培育强大国内市场发展的关键时期。

1. 消费主体。国内消费者数量众多、消费支付能力较强和消费者素质较高,从而保障了国内消费市场规模。在消费者数量方面:中国拥有近14亿人口,中等收入群体超过4亿,城镇人口比例超过60%,这是世界上任何国家都无法比拟的市场潜力优势。在消费支付能力方面:中国居民消费支付能力较强,2019年居民可支配收入达到30733元。根据麦肯锡发布的《中国奢侈品报告2019》,2018年中国奢侈品消费达7700亿元,占全球奢侈品消费总额的1/3,2012—2018年,中国对全球奢侈品市场增幅的贡献率超过50%,富裕消费者

^①如果以中国社会主要矛盾转化作为经济发展重心转移的标志,那么中国经济发展重心从生产转移到消费刚刚持续两三年。

^②各个国家完成走向成熟发展阶段的时间长度不同,根据发达国家发展经验,走向成熟发展阶段一般需要几十年的时间。

年均奢侈品消费达7.1万元。^①在消费者素质方面:根据中国互联网络信息中心(CNNIC)发布的《第45次中国互联网络发展状况统计报告》,截至2020年3月,中国网民数量为9.04亿人,互联网普及率达64.5%,^②网民规模巨大是推动中国互联网市场和数字经济发展的坚实基础。

2. 消费客体。国内工业门类齐全、研发投入增加和供给质量提升,为国内市场供给了丰富优质的商品和服务。在工业门类方面:中国工业经济规模位居全球首位,现代工业体系门类齐全、独立完整,是世界上唯一拥有联合国产业分类中所列全部工业门类的国家。^③在研发投入方面:2019年中国全社会研发支出达2.17万亿元,占全年GDP的2.19%;根据世界知识产权组织(WIPO)的评估结果,中国创新指数位居世界第14位。^④在供给质量方面:随着国内技术积累,国产产品质量不断提高,中国品牌逐渐赢得市场并获得认可,成为繁荣国内市场的重要力量。

3. 消费环境。国内消费者权益保护逐渐加强、营商环境优化和促进消费的体制机制不断完善,为扩大国内消费需求提供了良好的消费环境。在消费者权益保护方面:通过规范市场秩序,切实加强事中事后监管,加大侵权惩戒力度,消费者权益保护得到明显改善。在营商环境方面:近年来中国十分重视改善营商环境,营商环境持续优化。根据世界银行2019年10月发布的《营商环境报告2020》,中国营商环境在全球190个经济体中排名第31位,比前一年提升15个位次,成为全球营商环境改善幅度最大的十大经济体之一。^⑤在促进消费的体制机制方面:为打破抑制消费需求增长的制度障碍,中国政府多次出台政策完善促进消费的体制机制,比如《中共中央、国务院关于完善促进消费体制机制,进一步激发居民消费潜力的若干意见》《关于培育建设国际消费中心城市的指导意见》等,为居民消费需求增长提供了良好的制度环境。

尽管中国在消费主体、消费客体、消费环境等方面具备促进形成强大国内市场的基础条件,但在消费能力、供给结构、消费环境等方面还有较大提升空间。在消费能力方面,中国居民收入差距较大。根据国家统计局公布的数据,中国居民收入基尼系数保持在0.46左右的高位,高收入者消费倾向低和低收入者消费支付能力低,二者共同制约居民消费需求增长。2020年5月28日,在十三届全国人大三次会议闭幕会后的记者会上,李克强总理披露:“我们人均年收入是3万元人民币,但是有6亿人每个月的收入也就1000元左右”。中国城乡二元经济结构明显,城乡收入差距和群体收入差距较大,农村居民和低收入群体的消费支付能力不足,仍是抑制居民消费需求和国内市场发展的桎梏。在供给结构方面,中国研发投入(R&D)增长较快,但研发强度(研发经费占GDP的比重)较低,制约供给结构提升。根据《2018年全国科技经费投入统计公报》,2018年全国研发经费投入为19677.9亿元,研发强度为2.19%,与《国家中长期科学和技术发展规划纲要(2006-2020)》中提出2020年研发强度达到2.5%以上的目标,还有较大距离。在消费环境方面,中国消费者权益保护有待加强,需要进一步加大对侵权主体的惩戒力度和降低消费者维权成本。

(二) 促进形成强大国内市场的政策建议

促进形成强大国内市场是一个系统性工程,需要调节市场供给,提高市场需求,完善市场环境。本文从供给侧、需求侧和市场环境三个方面设计形成强大国内市场的“供给—需求—市场”三位一体政策体系。

1. 供给侧:向市场供给更多优质商品。有效供给能力不足是抑制消费需求增长的重要原因。因此,在供给侧,需要通过供给侧结构性改革改善供给结构,向市场供给更多优质商品。

其一,增加有效供给。对于供给不足的产业和领域,如医疗、教育和环保产业,应加大开放力度,鼓励民营资本进入,从而带动第三产业投资需求和对相应服务的消费需求。当前中国居民中高端消费需求中的很大一部分是通过购买海外产品来得到满足。中国企业需要调整产品供给结构,加大技术创新和技术改造力度,推出更多适应国内消费者需求、符合质量安全标准的中高端产品,使得中国企业逐步在中高端消费市

①参见:麦肯锡发布的《中国奢侈品报告2019》。

②参见:中国互联网络信息中心发布的《第45次中国互联网络发展状况统计报告》。

③参见:我国已建成门类齐全现代工业体系, http://www.gov.cn/xinwen/2019-09/22/content_5432064.htm。

④参见:科技部:2019年全社会研发投入达2.17万亿元创新指数位居世界第14位, <http://news.sciencenet.cn/htmlnews/2020/5/440025.shtm>。

⑤参见:世界银行发布的《Doing Business 2020》。

场形成竞争优势。

其二,化解过剩产能。对于粗钢、水泥、平板玻璃、造船等存在供给过剩的行业,依靠市场手段,通过发展资本市场,促进企业兼并重组,利用技术进步和技术创新,不断提升产业链各环节的附加值,加快化解过剩产能。

其三,发展战略新兴产业。对于关系国家未来竞争力的战略性新兴产业,如新能源、新材料、信息技术、生物、高端装备制造等,要加大国家持续投入力度,带动相关领域的技术创新和技术转化,应对消费升级和生活方式带来的新市场。

2. 需求侧:提高居民消费能力和意愿。形成强大国内市场,扩大消费需求,促进消费结构升级,需要让群众“能消费”“敢消费”“愿消费”。

其一,增加居民收入,让群众“能”消费。一方面,保持居民收入持续增长,多渠道促进农民增收,努力实现居民收入增长和经济发展同步;另一方面,深化收入分配制度改革,缩小贫富差距,深化税制改革,提高劳动报酬比例,提升居民消费倾向。特别是,由于收入差距较大和消费倾向差异,应当重点提高中低收入居民收入水平。

其二,健全社会保障体系,让群众“敢”消费。在给定收入增长的前提下,设法提高消费倾向才是提高居民消费率的关键所在。转型时期的各项制度不完备,不确定性较大,导致居民不敢消费,特别是人们在住房、医疗、卫生、教育、养老等方面的预期支出压力较大,导致预防性储蓄增加。因此,建立社会安全网,减少未来不确定性,提高医疗保险保障水平,全面推进大病保险,统筹推进社会救助体系建设,有助于促进居民消费。需要强调的是,住房资产占中国家庭总资产的比重高达77.7%,^①住房资产流动性差,严重抑制居民消费提升。坚持“房住不炒”政策,深化住房制度改革,因城施策,是促进居民“敢”消费的重要方向。

其三,改善消费环境,让群众“愿”消费。改善消费环境,有助于改善供给水平,提升消费信心,为进一步扩大消费创造条件。当前中国消费领域的假冒伪劣商品、霸王条款、消费陷阱等不理想的消费环境,制约消费潜能释放。因此,需要降低消费者维权成本,加大对欺诈行为的惩罚力度,加强监管力度,加强信用体系建设,健全消费维权机制,畅通消费者诉求渠道,探索多元化解决消费纠纷机制,着力解决消费者关注的热点难点问题,提升消费信心,营造安全放心的消费环境。

3. 市场环境:优化促进消费的政策环境。完善促进消费的体制机制和进一步激发居民消费潜力,需要优化市场环境,促进消费增量提质。

其一,深化“放管服”改革。实施包容审慎有效监管,加强消费产品和服务标准体系建设,强化信用在消费领域的激励约束作用。优化营商环境,不断拓展商事制度改革的深度和广度,扩大“证照分离”改革试点,规范“多证合一”,压缩企业开办时间,缩减工业产品生产许可证。加强市场竞争环境建设,开展反垄断、反不正当竞争执法,推动公平竞争审查制度实施。

其二,放宽市场准入门槛。营造宽松便捷的市场准入环境和营造公平有序的市场竞争环境及营造安全放心的市场消费环境。加快推进重点领域产品和服务标准建设,建立健全消费领域信用体系,强化价格、网络、广告、知识产权执法,规范市场秩序。放开银行卡清算市场,允许符合条件的内外资企业在中国境内设立银行卡清算机构,同时要完善管理,防范风险,维护持卡人合法权益,使开放的金融市场便利和惠及消费者。

其三,发展中高端消费。推进服务消费、信息消费、绿色消费、时尚消费、品质消费和农村消费等六大领域消费工程,发挥新消费的引领作用,打造消费需求增长的多点支撑新格局。瞄准中高端消费需求,加快消费领域供给侧结构性改革。以提升用户体验为引领,促进中高端生活性服务业发展,积极布局体育服务、健康养老、居民和家庭服务等顺应消费升级趋势的产业。

参考文献:

- [1]金星晔,管汉晖,李稻葵,等. 中国在世界经济中相对地位的演变(公元1000—2017年)——对麦迪逊估算的修正[J]. 经济研究,2019(7):14-29.

^①参见:西南财经大学与广发银行发布的《2018中国城市家庭财富健康报告》。

- [2] 刘志彪. 利用和培育国内市场问题的研究[J]. 学术研究, 2019(10):76-84.
- [3] 何立峰. 促进形成强大国内市场 大力推动经济高质量发展[J]. 宏观经济管理, 2019(2):1-4.
- [4] 刘伟, 蔡志洲. 如何看待中国仍然是一个发展中国家? [J]. 管理世界, 2018(9):1-15.
- [5] 刘伟, 范欣. 中国发展仍处于重要战略机遇期——中国潜在经济增长率与增长跨越[J]. 管理世界, 2019(1):13-23.
- [6] 黄琪轩. 大国经济成长模式及其国际政治后果——海外贸易、国内市场与权力转移[J]. 世界经济与政治, 2012(9):107-130.
- [7] 泮伟江. 如何理解中国的超大规模性[J]. 读书, 2019(5):3-11.
- [8] 国务院发展研究中心课题组, 马建堂, 张军扩. 充分发挥“超大规模性”优势 推动我国经济实现从“超大”到“超强”的转变[J]. 管理世界, 2020(1):1-7.
- [9] 欧阳晓, 生延超, 易先忠. 大国经济发展的典型化特征[J]. 经济理论与经济管理, 2012(5):27-35.
- [10] 欧阳晓. “大国综合优势”的提出及研究思路[J]. 经济学动态, 2009(6):20-22.
- [11] 欧阳晓, 傅元海, 王松. 居民消费的规模效应及其演变机制[J]. 经济研究, 2016(2):56-68.
- [12] 李君华, 欧阳晓. 大国效应、交易成本和经济结构——国家贫富的一般均衡分析[J]. 经济研究, 2016(10):27-40.
- [13] 林毅夫, 李永军. 比较优势、竞争优势与发展中国家的经济发展[J]. 管理世界, 2003(7):21-28.
- [14] WALKER J F, VATTER H G. Demand: The neglected participant in the long run U. S. productivity record [J]. American Economist, 1999, 43(2):73-80.
- [15] FRANCISCO J B, JOSEPH P K. Can traditional theories of structural change fit the data? [J]. Journal of the European Economic Association, 2009, 7(2-3):469-477.
- [16] GAREGNANI P, TREZZINI A. Cycles and growth; a source of demand-driven endogenous growth [J]. Review of Political Economy, 2010, 22(1):119-125.
- [17] 刘瑞翔, 安同良. 中国经济增长的动力来源与转换展望——基于最终需求角度的分析[J]. 经济研究, 2011(7):30-41.
- [18] 陈昆亭, 周炎. 有限需求、市场约束与经济增长[J]. 管理世界, 2020(4):39-53.
- [19] 王裕国. 消费需求制约经济增长的机理及影响[J]. 经济学家, 1999(5):4-11.
- [20] 郭其友, 芦丽静. 经济持续增长动力的转变——消费主导型增长的国际经验与借鉴[J]. 中山大学学报(社会科学版), 2009(2):190-197.
- [21] 孙豪. 消费主导型大国:特征、测度及政策[J]. 社会科学, 2015(10):36-46.
- [22] 毛中根, 洪涛. 从生产大国到消费大国:现状、机制与政策[J]. 南京大学学报(哲学·人文科学·社会科学版), 2011(3):20-30.
- [23] 孔祥敏. 从出口导向到内需主导——中国外向型经济发展战略的反思及转变[J]. 山东大学学报(哲学社会科学版), 2007(3):50-56.
- [24] 杜焱, 柳思维. 国家规模、经济增长阶段与需求动力机制结构演变[J]. 经济与管理研究, 2012(6):5-12.
- [25] 孙豪, 毛中根, 桂河清. 中国经济增长模式演进及区域差异[J]. 经济问题探索, 2017(6):30-38.
- [26] SHANE M, GALE F. China: A study of dynamic growth [R]. Alaska: SSRN Electronic Journal, 2004:1-20.
- [27] 李晓西. 新世纪中国经济报告 [M]. 北京: 人民出版社, 2006:86-87.
- [28] KARUNARATNE N D. Export oriented industrialization strategies [J]. Intereconomics, 1980, 15(5):217-223.
- [29] GUO K, N'DIAYE P. Is China's export-oriented growth sustainable? [R]. Washington: IMF Working Papers, 2009:1-21.
- [30] SANTOSPAULINO A U. Trade specialization, export productivity and growth in Brazil, China, India, South Africa, and a cross section of countries [J]. Economics of Planning, 2011, 44(1):75-97.
- [31] 钱纳里, 赛尔昆. 发展的型式:1950-1970 [M]. 李新华, 李小青, 译. 北京: 经济科学出版社, 1988:11-33.
- [32] 晁钢令, 王丽娟. 我国消费率合理性的评判标准——钱纳里模型能解释吗? [J]. 财贸经济, 2009(4):99-103.
- [33] 毛中根, 孙豪, 黄容. 中国最优居民消费率的估算及变动机制分析[J]. 数量经济技术经济研究, 2014(3):134-147.
- [34] 陈斌开, 陈琳, 谭安邦. 理解中国消费不足:基于文献的评述[J]. 世界经济, 2014(7):3-22.
- [35] 孙豪, 毛中根. 中国居民消费的演进与政策取向[J]. 社会科学, 2020(1):72-84.
- [36] 周密, 刘秉镰. 供给侧结构性改革为什么是必由之路? ——中国式产能过剩的经济学解释[J]. 经济研究, 2017(2):67-81.
- [37] 陈斌开. 供给侧结构性改革与中国居民消费[J]. 学术月刊, 2017(9):13-17.
- [38] 李金华. 中国建设制造强国进程中前沿技术的发展现实与路径[J]. 吉林大学社会科学学报, 2019(2):5-19.
- [39] 崔维军, 王进山, 陈凤, 等. 中国与发达国家企业研发投入的国际比较——基于研发投入50强的实证分析[J]. 科学学与科学技术管理, 2015(8):128-139.

