

推动消费品升级是未来经济刺激方向

2012年第一季度税收总收入增速为近3年最低水平,比去年同期增速回落22.1个百分点。但黄金等贵重首饰、酒、卷烟和成品油消费税实现较快增长,具有巨大的增长空间。未来中国消费需求呈现两大趋势,一是随着中国居民收入的增长,消费需求稳定增长;二是奢侈品消费快速增长。

任寿根

2012年第一季度税收出现一个新的情况。据财政部公布的数据,2012年第一季度税收总收入增速为近3年最低水平,比去年同期增速回落22.1个百分点。税收增速下降与经济形势密切相关,防止经济陷入下滑趋势可以从税收收入结构中找到答案。因为,尽管2012年第一季度税收总体增速下滑,但有趣的是,消费税中,黄金等贵重首饰、酒、卷烟和成品油消费税实现较快增长,同比分别增长26.7%、22%、17.6%和14.6%。这说明3点,一是未来中国消费税具有巨大的增长空间;二是消费需求对稳定经济以及政府财政收入作用不可低估;三是应高度重视消费需求的增长以及其对经济的拉动作用。

中国消费需求增长潜力巨大

防范经济陷入颓势,固然可以通过扩大投资拉动经济,但如果潜在通胀压力加大、消费需求不振、投资者信心指数尚未大幅下滑的情况下,通过大规模扩大政府投资刺激经济增长,不是首选的经济政

抑制炒新需对中介硬约束

李季先

针对近期新股炒作热有所降温但部分投资者仍然存在盲目参与炒新的情况,深圳证券交易所日前再次发布公告,警示炒新风险,并要求各会员单位切实做好客户管理工作,督促证券中介机构在抑制新股炒作和投资者教育等方面发挥重要的职能作用;证券公司应承担起行业责任、市场责任和社会责任,加强自律,切实落实3月12日证监会机构部提出的有关要求。

证券中介机构,尤其是证券公司在抑制新股炒作和投资者教育等方面的作用再次被深交所公告中提及并得以强化,这是对其法定角色的肯定,也是对其抑制炒新作用发挥现状的不满。相关统计数据表明,券商今年针对新股发布的上市首日定价区间,在上市首日大多出现了不同程度的明显偏离,“人情报价”非常普遍。

证券中介“人情报价”不利于监管部门抑制新股炒作显而易见,不过也还只是中介所暴露出来问题的冰山一角,从新股信息披露、新股交易机制到投资者的适当性管理,所有这些证券中介机构参与的环节,像对需进行披露的财务数据进行粉饰、恶意公关等,都可能对新股的定价产生影响,但正是在这些环节中,中介机构的主体责任是缺位的,有的只是无法有效执行的教化式条文。自律有余,而外部硬约束——刚性规定不足,主体责任缺

水质调查结果躲猫猫不仅仅是态度问题

谭浩俊

不管存在什么样的问题,也不管问题有多大,只要不偷偷摸摸、躲躲闪闪,而是敢于直面问题、正视矛盾,就有解决问题、化解矛盾的可能,就能给公众带来期待和希望。相反,只会让问题越积越多,矛盾越积越深。但是,现实生活中,很多方面似乎并没有这样去操作,而是采取能拖则拖、能糊则糊、能不公开就不公开的方式,以达到迷人耳目、掩盖问题、逃避矛盾的目的。

据《中国网》5月8日报道,2009年住建部曾对全国城市饮用水水质状况做普查,但至今未公布数据结果。多位业内人士称,此次检测结果实际合格率仅50%左右。调查显示全国城市供水管网质量普遍低劣,不符合标准的灰口铸铁管占一半。目前,北京、上海等大城市饮用水仍无法直饮。

策。吸取20世纪70年代美国滞胀的教训,中国未来刺激经济增长一方面应依靠优化政府投资结构,另一方面还应着重依靠消费。而且,从长期趋势看,中国消费需求具有广阔的增长空间。

改革开放以来,中国居民收入大幅增加。以2011年数据为例,按照国家统计局公布的数据,全国农村居民人均纯收入6977元,比上年增加1058元,增长17.9%,剔除价格因素影响,实际增长11.4%,增速同比提高0.5个百分点;2011年城镇居民人均总收入23979元,其中,人均可支配收入21810元,比上年增长2701元,增长14.1%。剔除价格因素影响,城镇居民人均可支配收入实际增长8.4%,增速同比提高0.6个百分点。随着中国居民收入的普遍增加,居民消费需求具有稳定的收入基础。未来中国消费需求呈现两大趋势,一是随着中国居民收入的增长,消费需求稳定增长;二是奢侈品消费快速增长。

从理论上讲,中国奢侈品消费旺盛可以从经济学理论中找到答案,主要是因为一些高收入人群热衷奢侈品消费。对普通商品的消费而言,其需求曲线是负斜率的

曲线,即其需求量与其价格呈反向走势,但对奢侈品而言,其中包括一些代表一定社会地位与身份的炫耀品以及一些珍贵商品,其需求曲线是一条正斜率的曲线,即其需求量与价格呈同向走势,价格越高,需求量越大。

据媒体报道,2012年国际奢侈品大牌抢占中国二三线城市奢侈品市场,其原因就在于看好中国的奢侈品消费潜力。另据媒体报道,世界奢侈品协会2012年1月公布的报告显示,截至2011年12月底,中国奢侈品市场年消费总额已达126亿美元(不包括私人飞机、游艇与豪华车),占据全球份额的28%,中国已成为全球占有率最大的奢侈品消费国家。中国近年来消费中奢侈品贡献率的上升也显示了这点。奢侈品消费旺盛说明中国居民总收入在增加,另一方面也说明中国居民收入差距较大。历史经验表明,一国居民收入差距过大,反而会影响该国的居民消费需求。所以,中国应采取一些措施,尽量缩小或缓解居民收入差距,比如,大幅降低普通劳动者劳务报酬个税税负,再比如,应进一步完善社会保障体系,因为社会保障体系的完善对居民消费需求增长会产生正面影响。

中国应持续推动消费品升级

近几年,多数居民消费品消费保持稳定态势,如餐饮、服装鞋帽、日用品等,但某些消费品消费增长却呈现旺盛势头,如通讯器材类商品消费,其消费趋旺的一个重要原因是该类消费品被持续升级,其适用功能更趋多样化,更趋适用。

消费品升级有助于提高消费者效用。虽然消费者效用极大化是一个参照目标,但始终给生产者一种创新动力,生产者利润极大化目标与消费者效用极大化是互动、互相作用的。经济学理论认为,市场竞争的一个结果是可以促使消费品供给尽

量向消费者效用极大化目标靠近。但在实践中,市场竞争难以保证,需要政府建立严格的竞争秩序。

消费品升级可以产生经济增长、增加就业、稳定物价以及报偿增加刺激等多个方面的效应。消费品升级涉及多个方向。

一是消费品植入新的元素,使其功能多样化,更能满足消费者需求。比如,通讯类消费品热销与传统的通讯消费品植入新的元素是密切相关的。再比如,在传统的旅游项目中加入文化产品消费,增加旅游中的文化气息,可以提升旅游和文化消费价值。在传统的消费品植入新的元素本身就是一种创新,这种创新对消费具有极强的刺激性。当然,消费品新要素的植入应该是消费者真正需要的,而且,应注意持续性。要做到这点,需要强化有秩序的竞争。

二是新消费品和新消费方式的供给。新消费品和新消费方式的问世,往往能创造巨大的市场价值。电灯、电报、电话、互联网等的发明,极大地改变了人们的生活方式和消费方式,极大地提高了消费者的效用。

三是提高消费对象的品牌价值。消费品品牌价值的提高主要依靠其内在价值和功能。

消费品升级与居民消费结构密切相关。反映居民消费结构的一个重要指标是恩格尔系数。恩格尔系数反映的是食品支出总额占消费支出总额的比重,但在中国建立House系数更为重要。所谓House系数是指家庭住房消费支出占其消费支出的比重。中国消费品升级需要创新和技术进步,而降低House系数是必须的。

(作者系经济学教授、西方经济学博士生导师)

焦点评论



证监会发布落实现金分红通知

上市公司咋分红?证监会鸣提示钟。募资玉成大老板,盈利莫忘小股东。圈钱时代当结束,回报文化要繁荣。健康股市是愿景,努力建设必成功。

赵乃育/漫画
孙勇/诗

消费不振缘于政府主导经济增长体制

李宇嘉

当前,能否实现经济增长驱动力从投资和出口向以消费需求为主的“内需”转变,已经成为我国经济能否长期平稳和可持续发展的关键,这一点已经在政府和学界达成共识,核心问题是如何提振消费需求,这是摆在政府面前亟待解决而又非常棘手的问题。近年来专家和学者对这一问题的研究非常多,主流观点认为消费提振有三方面原因:“没钱花”(收入水平低,收入差距大)、“不敢花”(社会保障不健全,边际消费倾向低)和“不愿花”(消费环境差,公共服务设施不足)。

消费提振首先是收入出了问题,上述原因确实有道理,但我们的实际感受也一致,但从数据和逻辑上推演,却并不能成为消费不振的根本原因,只能是直接原因。

先看收入水平和分配格局,根据凯恩斯的消费函数理论,居民消费支出取决于收入水平和边际消费倾向。毫无疑问,收入增长和提高低收入人群的边际消费倾向一定能够增加消费。从2001年到2010年,城镇居民年人均支配收入和农村居民年人均支配收入的平均增长率,分别达到12%和10.2%;而从1995年到2000年,城镇居民年人均支配收入和农村居民年人均支配收入的平均增长率仅为8%,而农村居民年人均纯收入增长率与2001年到2010年的平均增长率基本持平。但是,这两个时期的消费率却呈现相反的变化,1995年到2000年,消费率从58.1%上升到62.3%;而2001年到2010年,消费率却从62.3%下降到了2010年的47.4%。因此,收入水平和收入差距影响消费,却不能够成为消费不振的主要原因。

再看社会保障体系,完善覆盖全体公民的包括医疗、教育、就业等在内的社会保障网能够解决居民消费的后顾之忧,但即使在美国、欧洲这样的发达国家和地区,绝大部分老百姓依然有后顾之忧,也有医疗保险、养老和就业等诸多问题,也一样要为子女上大学存钱,也要购买商业保险,也一样要为就业忧虑。事实上,没有多少国家能真正实现绝大部分人一辈子没有任何后顾之忧之忧。因此,这也同样不能解释我国消费率为何如此之低,为何与同样经济发展水平的国家存在着25至30个百分点差距的原因。

最后看消费环境,现在在一个很流行的观点是国内消费环境太差,对消费者保护不够。这确实会影响到居民消费,但这个问题涉及到市场经济和经济转型逐步深化的问题,有经济发展阶段的必然性,很多发展中国家也存在这个问题,同样不能解释为何我国消费率这么低。

经济增长的最终目的是为了满足不同层次居民日益增长的物质文化需求,从这个角度来讲,投资和消费应当是相互挤入的,即消费通过边际消费倾向的上升来刺激投资乘数增长,消费创造了实现投资需求的机会;投资增长通过收入增加和改善公共服务基础来支持和引导消费。发达国家工业化时期或经济启动时期,投资和消费并重,相互促进作用非常明显,例如二战后的美国和欧洲。但是,从支出法核算我国国内生产总值(GDP)的构成,在净出口

占比不大且波动较小的情况下,消费率由2000年的62.3%下降到了2010年的47.4%,而投资率却从2000年的35.3%上升到2010年的48.6%。投资过快增长和投资与消费相互挤入效应没有发挥,而是二者背道而驰的表象,实质上反映的是政府主导经济增长体制下GDP政绩考核的经济增长战略的弊端。工业化时期,工业化和信息化建设需要大规模的资本形成,这一时期投资率偏高而消费率偏低是正常的。但是,在工业化中后期,若果要继续提高投资的边际效率和不断改善投资结构,保持投资可持续性而避免投资过剩和闲置,在经济增长的驱动力上需要实现向消费为主导的内需转变,在产业结构的转换上需要向第三产业转移。然而,我国在工业化中后期的这两项任务却受到了政府主导经济增长体制的阻滞。1994年分税制改革后,通过掌握各类资源,地方逐渐承担起推动经济增长的主要责任,并逐渐衍生出中国经济增长过程中的强地方政府模式和GDP政绩考核标准。

这一体制强化了地方政府对于短期化、易操作、见效快、显性化的大型项目投资(如“餐厅宾馆”、“铁公鸡”、“CBD”等)的重视。近年来,这些项目投资与消费的挤入效应很小,甚至还产生了挤出效应,而且这种投资模式驱使政府将有利于GDP短期增长的土地和劳动力等生产要素置于公共领域,从而造成土地和劳动力等投资成本要素的产权在事实上不完整或受损,而对于资本形成则给予过度保护。这是我国居民收入水平低和差距大的深层次原因,也就是“没钱花”的深层次原因。在这种体制下,政府对于医疗、教育、文体等社会保障内容建设的重视程度要低于能拉动短期经济增长的投资项目,因为社会保障投入挤占短期内的资本形成(尽管有利于长期内的资本形成),不利于短期经济增长,从而造成社会保障体系建设和滞后和不足,这也是居民“不敢花”的深层次原因。在这种体制下,地区间的重复建设比较严重,为实现本地GDP和税收增长,地方政府采取各种各样的方式保护本地企业,限制外地企业,地方保护主义盛行,区域间市场被分割,区域间贸易成本居高不下,市场进入门槛高,全国竞争性的流通市场无法形成,这是消费环境差和居民“不愿花”的深层次原因。

以消费需求为主导的内需驱动力难以建立,消费率不断下降,表象是投资过快增长导致消费占GDP比重相对下降,直接原因是收入增长较慢和收入差距大,本质上则在于地方政府主导经济增长和以GDP为绩效考核标准的增长体制。提振消费需要实现经济增长体制的两个转变:一是实现地方政府由投资型政府向服务型政府的转变,二是实现投资由政府驱动向民间驱动转变。前一个转变是完善消费的基础环境,解决当前政府投资对于“没钱花”、“不敢花”和“不愿花”的制约;后一个转变是回归投资和消费相互挤入的本源,发挥投资与消费良性挤入效应,建立以消费为主导的内需增长模式。

(作者单位:深圳市房地产评估发展中心)

联系我们

本版文章如无特别说明,纯属作者个人观点,不代表本报立场,也不代表作者供职机构的观点。如果您想发表评论,请打电话到0755-83501640;发电邮至ppll18@126.com。