

中国居民消费率影响因素及对策研究

龚俊安

(中国宏观经济研究院经济研究所, 北京 100038)

摘要:大力提振消费是扩大内需的关键举措。改革开放以来,中国经济实现了跨越式增长,居民生活水平显著提升,但居民消费率长期处于偏低水平,呈现高储蓄、低消费的典型特征。本文系统梳理中国居民消费率的发展现状与演变特征,从居民收入、社会保障、消费环境、消费观念等多个维度,深入剖析影响中国居民消费率的核心因素,并结合“十五五”规划建议提出针对性的优化建议,为破解低消费困境、推动居民消费率稳步提升提供理论参考与实践指引。

关键词:居民消费率;低消费困境;影响因素;消费提振

中图分类号:F124.7 **文献标识码:**A **文章编号:**1005-0566(2026)03-0211-05

Research on influencing factors and countermeasures of China's resident consumption rate

GONG Junan

(Economic Research Institute, China Academy of Macroeconomics Research, Beijing 100038, China)

Abstract: Boosting consumption is a key measure to expand domestic demand. Since the reform and opening up, China's economy has achieved leapfrog growth, and residents' living standards have significantly improved. However, the resident consumption rate has remained relatively low for a long time, exhibiting the typical characteristics of high savings and low consumption. This paper systematically reviews the development status and evolution characteristics of China's resident consumption rate, and deeply analyzes the core factors affecting China's resident consumption rate from multiple dimensions such as resident income, social security, consumption environment, and consumption concepts. Combined with the proposals for the 15th Five-Year Plan, it puts forward targeted optimization suggestions, providing theoretical reference and practical guidance for solving the low-consumption dilemma and promoting the steady increase of the resident consumption rate.

Key words: resident consumption rate; low-consumption dilemma; influencing factors; consumption boost

在拉动经济增长的消费、投资、出口三驾马车中,消费是最具持续性的内生动力。居民消费率是指居民消费占国内生产总值的比重,是反映居民消费在国民经济中地位的核心指标。随着中国经济进入高质量发展阶段,经济增长模式逐步从投资驱动、出口拉动向创新驱动、消费主导转型,

扩大内需、提振消费成为应对外部不确定性、稳定经济增长的战略举措。然而,中国居民消费率长期处于较低水平,且提升速度较为缓慢。2024年中国居民消费率为39.9%,较2012年仅提高4.3个百分点^[1]。

“十五五”规划建议明确提出“居民消费率明

显提高,内需拉动经济增长主动力作用持续增强”的目标要求,彰显了国家以提振消费为重点扩大内需的鲜明政策导向^[2]。在此背景下,系统研究中国居民消费率偏低,深入剖析其影响因素,破解低消费困境,对于增强经济内生动力、实现国民经济可持续发展具有重要的理论价值与现实意义。

一、中国居民消费率的历史演变与特征

改革开放以来,中国居民消费率的演变大致可分为 3 个阶段。

第一阶段(1978—2010 年),为持续下降阶段。居民消费率从 1978 年的 48.7% 逐步波动下降到 2010 年的 34.9%,降幅达 13.8 个百分点。这一阶段中国收入分配向企业和政府倾斜,居民可支配收入占 GDP 比重从 47% 降至 40% 以下,消费能力弱化^[3];住房、教育、医疗等领域的市场化改革在一定程度上增加了居民未来支出不确定性,导致预防性储蓄大幅上升,推迟了当期消费;城镇化快速推进,但社会保障体系不完善,农民工群体消费能力与意愿双重承压。

第二阶段(2011—2020 年),为缓慢回升阶段。随着居民收入水平的提升、社会保障体系的逐步完善,居民消费率逐步回升,2020 年达到 38.7%,较 2010 年提高 3.8 个百分点,但仍处于较低水平。这一阶段中国经济转型倒逼消费升级,政策导向从扩投资、促出口转向扩内需、促消费,推动消费率逐步回升;最低工资标准上调、社保覆盖面扩大、转移支付增加,居民可支配收入占 GDP 比重企稳回升,为居民消费率提升打下基础;市场监管不断加强、消费信贷迅猛发展,消费环境持续优化,居民消费潜力逐步得到释放^[4]。

第三阶段(2021 年至今),为稳步提升阶段。2024 年中国居民消费率达到 39.9%,较 2020 年提高 1 个百分点,消费对经济增长的拉动作用逐步增强。同时,消费结构持续优化,服务消费占比从 2020 年的 43% 左右提升至 2024 年的 46%,实物

消费中品质化、个性化需求占比上升,消费升级趋势明显^[5]。

从国际对比来看,中国居民消费率仍有较大提升空间。根据世界银行数据显示,2023 年全球居民消费率均值为 56.6%,中等收入经济体为 52%,而中国为 39.1%。2023 年居民消费率,美国为 68.8%,日本为 55.3%,德国为 52.1%,巴西为 60.2%,印度为 57.8%,而中国不到 40%,与发达国家的差距达 10~30 个百分点。

二、中国居民消费率的影响因素分析

中国居民消费率偏低不是单一因素造成的,而是多种因素共同作用的结果,且各因素相互作用、相互影响,共同制约了居民消费率的提升。

(一)收入因素:消费能力的核心制约

收入是消费的基础,居民消费能力直接取决于其可支配收入水平,而收入分配结构则影响社会整体消费倾向,二者共同构成了影响居民消费率的核心因素^[6]。

一是中国居民可支配收入增长速度放缓制约消费能力提升需求。近年来,中国居民人均可支配收入持续增长,2024 年达到 41 314 元,较 2013 年的 18 311 元增长 1 倍以上,年均增长 7.7%,增速略高于同期经济增速(7.6%),但 2026 年一季度居民可支配收入实际增长 4%,较经济增速低 1 个百分点。同时,部分居民消费能力提升缓慢,难以支撑消费率的快速提升。此外,近年来受经济下行压力、就业市场波动等因素影响,部分居民面临失业、收入下降等风险,收入的不确定性增加,抑制了居民的消费意愿。

二是居民收入差距偏大抑制消费倾向提升。不同收入群体的边际消费倾向存在显著差异,低收入群体边际消费倾向高,高收入群体边际消费倾向低。这意味着,若在边际上将 1 元钱从高收入群体转移至低收入群体,这笔资金很可能从投资转变为消费支出。近年来,中国城乡、区域、行

业之间的收入差距依然较大,基尼系数长期高于0.4的国际警戒线,2024年基尼系数为0.465,收入差距较大导致社会整体边际消费倾向有待提高。

(二) 社会保障因素:抑制消费意愿释放

社会保障体系的覆盖范围及其保障水平直接影响居民的预防性储蓄行为,进而影响居民消费意愿。当前,中国社会保障覆盖范围已逐年扩大,特别是部分群体(如灵活就业人员、农民工、低收入群体)的重点保障工作加速落实,但成效显现尚需时日。与此同时,中国社会保障水平与人民日益增长的需求相比仍有较大提升空间。2024年中国养老金的总体替代率为45%左右,低于国际劳工组织建议的55%底线,个人医疗负担比例为27.5%,高于全球均值7~8个百分点^[7]。特别是农村居民养老金(240元左右)仅为城镇职工(3500元左右)的6.86%,差距较大,农村居民养老、医疗支出压力较大,不得不增加预防性储蓄,减少当期消费。

(三) 消费环境因素:制约瓶颈逐步破除

消费环境是影响居民消费意愿的重要因素,良好的消费环境能够降低居民消费成本、增强消费信心,而消费环境不完善则会抑制居民消费意愿,制约消费率提升^[8]。当前,中国消费环境仍存在优化空间,主要体现在如下几个方面。

一是消费市场规模程度有待提升。部分企业存在虚假宣传、假冒伪劣、价格欺诈等行为,侵犯消费者合法权益,影响居民消费信心,不能放心消费。尤其是在网络消费、直播带货等新兴消费领域,产品质量参差不齐等问题较为突出,进一步制约了居民消费意愿。2024年全国消费者协会受理投诉176.2万件^[9]。此外,消费维权机制不完善,消费者维权时间成本、经济成本较高,举证难度大,收益有限,较高的维权成本降低了居民的消费积极性^[10]。

二是消费基础设施有待健全。农村地区物流配送体系尚不完善,导致农村居民消费便利性差、售后服务体系薄弱,影响农村居民消费意愿。城市消费基础设施虽相对完善,但也存在核心区大量商业设施进入“老龄化”阶段,商业综合体、大型超市存在设施老旧、体验感下降的困境,同时数字消费、绿色消费等新需求的基础设施供给明显滞后,无法满足居民多样化的消费需求。

三是消费限制措施较多。在汽车、住房等大宗消费领域,部分地区存在不合理限制,如汽车限购、住房限购限贷等,制约居民的大宗消费需求增速;部分城市大型促销活动审批流程繁琐,临街商铺外摆经营受限,医疗、康养、文化娱乐等领域的市场准入存在壁垒,减少了消费者的选择;在服务消费领域,汽车改装、游艇、私人飞机等领域存在过多限制性措施,导致部分居民有能力、有意愿消费却无法实现。此外,有假难休问题突出,导致消费需求无法在时间上有效释放。

(四) 消费观念因素:传统观念制约消费升级

消费观念是影响居民消费行为的内在因素,直接决定了居民的消费意愿与消费模式^[11]。中国传统文化强调未雨绸缪,居民普遍重视储蓄,将储蓄作为应对未来不确定性的重要手段,这种观念在农村居民、中老年群体中尤为突出。尽管随着经济发展与消费升级,年轻群体的消费观念逐渐转变,但传统消费观念影响依然深远,使得中国居民整体储蓄率居高不下。2024年中国居民储蓄率为43.4%,远高于发达国家20%~30%的水平,大量收入用于储蓄,挤压了当期消费。同时,消费观念滞后,影响消费升级。部分居民仍停留在基本生活消费层面,对高品质、个性化、多样化的消费需求认识不足,消费观念滞后于消费供给的升级。例如,部分居民对绿色消费、数字消费等新型消费的接受度不高,仍倾向于购买传统实物产品,无法充分释放消费潜力。

(五)供给因素:供需错配抑制消费增长

消费增长不仅取决于需求侧的消费能力与消费意愿,还取决于供给侧的产品与服务供给^[12]。当前,中国供需错配主要体现在如下 3 个方面。

一是消费需求个性化,供给适配错位。在消费品领域,部分传统制造业产能过剩、同质化竞争严重,企业陷入内卷,而消费者对高科技、高品质、个性化新产品的需求却难以满足;在服务领域,普惠型养老、专业化家政、平价精准文旅等服务供给不足,亟待以新服务模式创造适配需求^[13]。

二是消费需求悦己化,供给适配不足。当前,中国仍有大量产品停留在功能比拼和价格竞争层面,缺乏能引发情感共鸣、满足精神需求的创新产品。麦肯锡发布的《2024 中国消费趋势洞察报告》提出,中国消费者更加关注心理健康、自我关爱和体验式消费,将其视为生活品质的重要组成部分^[14]。近年来,泡泡玛特营收高速增长,就是情绪消费成为新趋势的典型例证。这家公司将抽象的情感需求,通过具体的 IP 和产品,精准地转化为消费者的购买动力。但是,新趋势消费需求仍未全面适配,未来潜力巨大。

三是消费需求便捷化,供给更需多元。随着消费升级,居民对消费场景的要求不断提高,需要更加便捷、舒适的消费场景^[15]。但当前中国消费场景创新有待增加,传统消费场景同质化仍存,新兴消费场景(如数字消费、沉浸式消费、跨界融合消费)加速发展,预计未来将更好满足居民多样化的消费体验需求,使得这部分消费潜力得到充分释放。

(六)人口结构:人口老龄化和育儿成本过高抑制消费需求

人口结构的变化不仅影响消费需求的总量,还影响消费需求的质量。统计显示,不同年龄段的人口消费水平不一样:儿童和青年的消费水平显著高于其他年龄组;中年和大龄劳动者消费明显偏弱;老年人消费能力和意愿均较低。2024 年,

中国 60 岁以上占比达到 22.0%,65 岁以上占比为 15.6%,老年抚养比接近 23%。老年群体的消费倾向较低,主要消费集中在医疗保健、基本生活等领域,消费活力略有下降;生育率下降导致少儿人口占比下降,少儿消费需求减少,同时育儿成本高也抑制了年轻父母的消费意愿。中国已开始向拥有 3 周岁以下幼儿的家庭发放每月每孩 300 元补贴,预计未来育儿成本补贴额度将继续提高,进一步拉动消费^[16]。

三、提升中国居民消费率的对策建议

结合前文对中国居民消费率影响因素的分析,可从如下几个方面着手破解居民低消费困境,推动居民消费率稳步提升。

一是着力提升居民收入水平,优化收入分配结构。在初次分配方面,健全最低工资标准调整机制,支持企业稳岗扩岗,对主动涨薪企业给予补贴或税收减免,促进工资性收入增长;盘活农村闲置住房,发展庭院经济、民宿经济,扩大以工代赈规模,多措并举促进农民增收;围绕新兴产业、未来产业发展培育新职业新岗位,进一步强化对灵活就业群体的保障。在再分配方面,研究提高个税起征点、扩大中低收入免税范围,降低中等收入群体税率;推进消费税征收环节后移,并下放给地方,引导地方从关注生产环节向关注消费与居民增收转变;健全转移支付制度,加大对低收入群体的补助力度,不断提高居民收入在国民收入分配中的比重。在财产性收入方面,多措并举稳住股市,打通中长期资金入市堵点,强化央企市值管理,拓展居民财产性收入渠道。

二是完善社会保障体系,降低预防性储蓄意愿。在养老保障方面,大幅提高农村居民养老金待遇,缩小与城镇居民的差距,稳妥推进渐进式延迟法定退休年龄改革,全面落实企业养老保险全国统筹,探索将国有金融资本充实到城乡养老保险基金中,通过市场化运营实现稳定收益。在医

疗保障方面,增加基本医疗保险、生育保险的国家投入,扩大范围、提高比例,推进商业医疗保险改革,为居民提供更丰富、差异化的商业医疗保险产品和服务。加大住房保障力度,由政府收储部分存量商品房,转化为保障性住房后租、售给新市民,降低居民刚性支出;加大生育养育保障力度,发展普惠托育服务;加大对灵活就业人员、农民工、低收入群体等重点群体保障。

三是优化消费环境,增强居民消费意愿。不断强化消费市场监管,严厉打击违法行为。完善消费维权机制,降低消费者维权成本,构建消费纠纷多元化解机制,创新消费维权方式,提高维权效能。规范网络消费、直播带货等新兴消费领域的市场秩序,加强对平台企业的监管,保障产品质量与消费者权益。加快智慧消费等新型消费基础设施建设,加强县级物流配送中心和乡村终端物流配送设施建设。简化促销活动审批流程,有序清理汽车、住房等消费领域的不合理限制措施,减少服务消费领域的限制性措施,释放文旅、赛事、康养等领域消费潜力。完善落实带薪年假机制,鼓励带薪年假与小长假连休,实现弹性错峰休假,增加居民休闲消费时间。

四是引导消费观念升级,培育新型消费模式。通过媒体宣传与社区教育的协同发力,大力倡导适度消费、品质消费、绿色消费的新理念,逐步引导居民破除传统消费观念的束缚,形成与新时代发展相适应的健康消费习惯。引导情绪消费新赛道,顺应消费者从悦己到愈己的趋势,支持发展非遗体验、沉浸式演出、疗愈经济等新业态,鼓励供给端创造情感连接与身份认同的价值。促进“人工智能+”消费,加速推动自动驾驶、智能穿戴等新技术新产品开发与应用推广,开辟高成长性消费新赛道。因地制宜推进首发经济,鼓励国内外

优质商品和服务品牌开设首店、举办首发首秀首展,提升消费体验。

参考文献:

- [1]国家统计局. 中国统计年鉴 2024[M]. 北京:中国统计出版社,2024.
- [2]郑栅洁. 坚持扩大内需这个战略基点[N]. 人民日报, 2025-11-28(9).
- [3]李实,朱梦冰. 中国社会保障制度的收入再分配效应: 一些新发现[J]. 社会保障评论,2023,7(1):46-62.
- [4]黄为彬. 数字经济发展与居民消费率之间的关系研究[J]. 中国商论,2023(24):48-51.
- [5]“消费升级还是消费降级”沙龙在北京举办[J]. 中国商论,2024,33(19):1-10.
- [6]殷剑峰. 为什么中国人不消费[J]. 企业观察家,2023(1):5860.
- [7]薛惠元,吴欣芸,曹思远. 从“保基本”到“保美好”:农村多支柱养老保险的阶梯式保障效应与优化策略[J]. 财经问题研究,2026(3):44-60.
- [8]走近 3·15:优化消费环境,持续增强消费者获得感[J]. 上海质量,2026(3):10-12.
- [9]中国消费者协会. 2024 年全国消协组织受理投诉情况分析报告[R]. 北京:中国消费者协会,2025.
- [10]岳鹄,刘汉文,周子灼. 地区司法质量对居民消费的影响[J]. 消费经济,2023,39(1):46-57.
- [11]龙少波,李洁雨,左渝兰. 中国居民消费环境评价指标体系的构建与测度[J]. 改革,2023(4):81-98.
- [12]毛中根,杨丽姣. 经济全球化背景下供给侧结构性改革与居民消费结构升级[J]. 财经科学,2017(1):72-82.
- [13]刘勇. 发挥消费对增长的基础作用推动经济新常态下的工业增长[J]. 理论探讨,2016(1):77-82.
- [14]麦肯锡全球研究院. 2024 中国消费趋势洞察报告[R]. 上海:麦肯锡咨询公司,2024.
- [15]李燕,张聪婧. 移动支付促进城乡居民消费效应研究[J]. 价格理论与实践,2021(12):110-113.
- [16]毛中根,孙武福,洪涛. 中国人口年龄结构与居民消费关系的比较分析[J]. 人口研究,2013,37(3):82-92.