



## 退休消费不等于养老消费

—— 樊 纲 ——

消费水平低是中国现在面临的很大问题。一方面，消费占我们收入的比重太低，2012年中国的家庭消费占GDP的比重只有35%，其它大多数的国家都比我们高。现在这个情况不一样了，家庭消费已经占到了GDP的40%以上，这个结构经过几年的调整有所改变。但是就政府消费加上居民消费，现在大概的比重是55%，如果再增长十几个百分点，将来的市场会有多大？

另一个方面就是储蓄水平太高。GDP从支出的角度分成两项，要么消费要么储蓄，还有一项是外汇储备。中国储蓄率最高的一年就是跟美国打贸易战的一年，他们把我们说成是汇率操纵者的那年。2007年，我们的储蓄率达到了51%，同年我们的贸易顺差占GDP的比重达到了11%。这些年我们努力调整，努力降低储蓄的比重，提高消费的比重，政府也提高自身的消费，提高居民的消费，即便如此，现在仍然有45%左右的国民储蓄率。其他国家都是百分之十几、二十几的储蓄率，邻国日本韩国最高的时候也就百分之三十几，我们现在仍然维持在百分之四十几，而且持续了十几年的时间。

这产生了一系列的问题。其中一个问题就是现在大家常说的：中国人为什么这么多钱？有人常说货币多、货币超发，当然货币有

货币的问题，但是这些钱都到谁手里了？都是通过人们的收入，然后储蓄起来，放在了银行的账户上。中国还不仅有居民储蓄，企业也储蓄，政府也储蓄。企业储蓄通常指的是没分配的利润，有时候利润很高，但是它不分配。有些国有大企业的银行存款几百亿的现金搁着，它不分红不给财政交钱，即便到国资委还是留在那做储蓄。私人企业主也储蓄，政府也储蓄，所以我们攒了很多钱。

现在大家经常听到一些抱怨：没有投资对象。中国这两年正在调整投资，机会不多。于是很多企业走出去，到外面看到了新的投资机会，政府也开始走出去，这也是“一带一路”倡议背后的一个最主要原因。我们的钱要投到外面去，不能投那些风险资金，最好的办法是利用这个机会投基础设施，帮助周边的一些发展中国家，建基础设施搞互联互通，将来为中国的经济发展创造更大的市场，为整个发展中国家创造更大的空间。

在这样的背景下，我们的消费实际上是被压抑的。主动的压抑还是被动的压抑？总的来讲，中国一方面财富的积累不断增长，很多钱找不到投资机会，另一方面我们的消费水平很低。如何才能够提高消费？这就涉及到消费增长的一些动力，一些决定消费增长的因素。

首先还是收入的增长，这是最基础的，毕竟有钱才能消费，高消费的国家一定是高收入的。经济学上说人类发展到最后就进入了“高消费阶段”。我们现在还是一个中等收入国家，人均 GDP 只有 8000 美元，按照购买力平均算也就一万多美元，美国现在 5 万多美元，世界最高水平的挪威是 10 万美元。作为一个发展中国家我们确实有待进一步增长。

其次是低收入阶层，如果他们的收入能够增长的话，消费会增长得更快。因为低收入阶层的消费弹性比较高，他们现在挣点钱都花了，所以收入多一点，往往花得会更多。而高收入阶层多点钱，

可能花钱的地方还不是很多。

第三要有好的社会保障。比较健全的社会保障有利于消费支出，你的后顾之忧比较少，就可以借助社会的力量来促进你未来的支出，你未来存的钱可以少一点，当前的消费就可以更高一点。这也是我们这些年为什么着重搞社会保障体制改革的原因。

第四就是信贷消费、信贷金融的发展。这个互联网起到了很大作用，我们有了 P2P、互联网金融以后，信贷金融有了很大的发展。一方面是房贷，一方面是互联网做的短期的小额的消费信贷。比如说大学生买手机，很多都是消费信贷买的，他就是分期付款。这些都算做消费信贷的话，我们消费信贷已经超过了工业贷款，成为整个银行系统中比重最大的一个部门，占到 26% 左右，这个确实对消费有积极的影响。

第五就是互联网电商。总有人说互联网服务业没有增加消费，其实不然，人们在电商买了东西，快递不仅满城跑，甚至跑到乡下去了。这些送货的快递车里边装的什么？不都是中国制造嘛！不都装着这些消费品嘛！这种业态的变化表明了消费的增长。

我们在促进消费的过程当中，该往哪些方面去做文章？

现阶段的消费增长会有一些特点。首先是中国人的物质消费还远远没有满足，服务性消费已经开始增长。什么叫物质消费？就是买买买这个过程还远远没有结束。可能中产阶级、收入高的阶层，现在买买买已经少了，据说有钱人出国已经不再买东西了。但是前赴后继新一批的有钱人又来了，第一次出国的人又来了。我们在国内也是买买买，这个远远没有尽头。随着收入的不断增长，越来越多的人开始买东西，开始有更多的钱买东西。在这个意义上，不要小看中国这个实体经济，实体产品的消费，从长远来讲是基础，现在也是增长最快的部分。

一个产业一个方向，也许在这个产业里你的企业可能并不好，

但是不等于这个产业不好，也许你的订单已经跑到别人的企业去了，但是产业的增长，物质消费本身在增长。与此同时服务性消费现在也开始大幅增长。服务产业已经是中国的第一大产业，已经超过 50%。这几年大家越来越多地买教育买健康买医疗买体育买旅游，多元化消费向服务业转变正在开始，而且这个势头今后会越来越强劲。

第二就是传统消费和新型消费同时增长。我们很多基本的需求还没有满足，从住房到家庭生活这些基本的必需品还没完全满足。毕竟我们还有 70% 的人是低收入阶层，还有百分之三四十的人是农民。在这样一个经济结构当中，等到这些人收入逐步增长以后，他们的大量需求还属于最基本的需求，传统的需求，买房子买家具买汽车等。当然大家在互联网的消费也会越来越多。

总有人说中国经济为什么低增长？是因为房地产的需求都没了。以前靠的是房地产的发展，房地产是最大的产业。中国人的住房自有率都是百分之七八十，农民 80% 以上也都有宅基地，小城市 70% 以上，大城市也是 70% 以上。那么为什么房子的需求又起来了？仔细想一想，这就是城市化的进程，在城市化进程中发生什么呢？发生了人口的迁移。

农民在农村有房子，但是他们现在要到县城买房子了，县城的人想到地级市去买房子了，地级市的进了省级市，省级市的人很多要进特大城市，所以你别看有住房自有率，人们在逐步换房，人们在迁移，人们的移动需求在发展。这个过程当中也解释了为什么最终我们大城市房价飙涨，三四线小城市房子卖不出去。一个很重要的原因是因为人的迁移是有规律的，人们为什么迁移啊？要找更好的工作。哪里有更好的工作呢？当然是大城市了。所以小城市房子建完了会发现人没了！在大城市和小城市的发展过程当中，我们要注重人的行为规律，注重消费变化、消费需求的变化过程。



当然了，你还要看人到哪里去了。现在深圳是住房率最高的，因为人口增长最快。人到哪儿去了，消费市场就会到那里去。新的消费、娱乐、文化、精神上的消费也会加快增长，甚至比收入的增长更快。

中国人历来重视教育，现在越来越重视健康。最近流行的一个笑谈是保温杯。拿着保温杯说明人已经到一定年纪了，但是保温杯里边是什么呢？里边装着枸杞啊中药啊，它就是养生。总之跟健康相关的需求，会有大幅度增长。然后就是中高阶层中高收入者。中高收入人群当然是消费的主力，但是中国 14 亿人口，70% 是低收入阶层，70% 是一半农民工一半农民，你不要小看这一块市场啊！这就是刚才说的传统性消费，基础性消费，物质性消费。这些都是 70% 的人未来支出的市场，这块市场可能很大，增长速度可能很快，其实在一定意义上小米就是看准了这一块市场。中国是发展中国家，我们不能光看到那些高端的市场，低端的市场也有可做，这是我们发展中国家市场的特点。

再说一说高端市场。高端市场就更侧重于服务了，更侧重于休闲旅游文化娱乐健康养老等等。未来消费的提高，大概很大程度上是服务业的提高。据国际信用卡公司提供的大数据，高端服务业的增长是未来的趋势。中国旅游者出国往往住着最廉价的酒店，吃着方便面，晚上也不去看 SHOW，就爱去商店买买买。而发达国家，收入比较高的国家，人们住的往往是最好的酒店，吃高档餐厅，晚上去看音乐剧，但不买东西。

中国高端人群现在开始不买东西，更多偏重于服务了。高消费往往都是服务业的高消费，更加多样化、精细化、功能化和仪式化。比如仪式化，参加一个晚会穿什么衣服，记得我当年出国留学的时候，他们穿的衣服比我们好，质地比我们好，这些我都知道。然而当时真正让我震惊的是，大家都干一件事穿一种衣服。我们到中国

的旅游景观观察，百分之七八十的人穿的是平常上街买菜的衣服在旅游点玩。当然现在大家搞运动都知道穿专门的运动服了，这就是变化。在什么样的场合去干什么事，你都有不同的服装。这种精细化、专业化、功能化、仪式化，就会创造大量的需求。中国人现在越来越重视这个了。

最后，要特别强调也特别指出的是中国的“退休消费”刚刚开始。现在人们多数用的词叫做“养老消费”，这个可以研究研究。现在老龄化了，从退休到养老是有一段很长的时间的，也许 80 岁才开始养老，60 岁到 80 岁有 20 年时间，正是有钱又有闲可以玩的时候，可以消费的时候，这时候是退休了但是不养老。我们上一辈的退休者没钱，他们一辈子没挣过什么高工资，也没有高消费的习惯，通常不会开车，也没有世界旅游的习惯。他们就是习惯攒钱，攒钱给孙子买房子。而新一代的退休者正在形成，他们是我们这三四十年来改革开放经济增长以后，挣了高工资的中产阶级。有了钱的中产阶级现在开始退休了，退休后情况就不一样了，他们开始在计划周游世界。他们退休前是有钱，但是可能没闲，没办法去做这些事情。现在有钱又有闲，就要开始享受这些事情。前一段时间圈里有朋友说，有个坐游轮从南极到北极的旅游项目，中途旅游参观多多少少地方，一个挺好的项目。多少钱呢？也不贵，30 来万人民币。于是大家说好啊，去啊！一问要多少天呢？回答说，88 天！大家都不说话了。然后很多人就跳出来，要是我退休之后第一个就要去参加这样的活动，可见大家都在开始考虑这个需求了。

从这个意义上来讲，中国正在发生变化。我们说消费转型、消费升级也正在发生，这个发生不是一天两天发生的，它是一个历史的进程。从经济的增长逐步到中产阶层的形成，到各种消费的发展，需要经历几十年的过程。希望大家在这个过程中能够抓住机遇，一方面使得我们的市场能够更好地发展，另一方面我们的企业也能

够更好地发展，商业也能够更好地发展。

( 本文根据樊纲院长在“中国消费经济转型升级”高峰论坛的演讲实录整理，未经本人审阅 )

**樊纲 中国(深圳)综合开发研究院院长、央行货币政策委员会委员、中国经济体制改革研究会副会长、国民经济研究所所长**

《快参》是综合开发研究院编印的一种内部参阅资料。

- 读者群为各级政府决策部门、大学和研究机构的学者及海内外各类企业和机构的高层管理者。
- 主要内容为重大政策和重大现实经济问题分析研究，同时选登国内外最新重要经济动态和信息，发表富有价值和启发性的评论文章。
- 注重思想性、启发性和政策性，努力做到思想敏锐、观点鲜明和理论超前，同时坚持文字上的生动活泼和流畅可读。
- 稿件来源以综合开发研究院研究人员为主，同时也广泛欢迎社会各界专家学者积极参与投稿。

地址：深圳市银湖路金湖一街 CDI 大厦 (518029)

网址：<http://www.cdi.org.cn> 传真：0755-82410997

电话：0755-82487878、82470960

联系人：程旭玲

电邮：[chengxl@cdi.org.cn](mailto:chengxl@cdi.org.cn)

责任编辑：廖令鹏

电邮：[llp@cdi.org.cn](mailto:llp@cdi.org.cn)

微信公众号：

综合开发研究院

