

## 消费对未来经济增长的空间还很大

近年来，在政府扩内需、促消费政策的带动下，需求结构发生了较大变化，消费成为拉动经济增长的主要力量。事实上，随着新经济和互联网的发展以及国家鼓励创业创新政策的进一步落实，未来中国消费仍表现出增长态势。

虽然消费正日益成为拉动经济增长的主要力量，但其高增长的趋势能维持多久、未来继续增长的空间还有多大依然是许多人关心的话题。从最近尼尔森公布的二季度中国消费者信心指数的相关数据来看，消费不仅在当前仍保持高增长的趋势，而且在未来整体经济增长的占比还有很大的上升空间。

尼尔森中国区副总裁伍懿华近日在与笔者的交流中表示，近年来，在政府扩内需、促消费政策的带动下，需求结构发生了较大变化，消费成为拉动经济增长的主要力量。事实上，随着新经济和互联网的发展以及国家鼓励创业创新政策的进一步落实，未来中国消费仍表现出增长态势。数据显示，2016年上半年，以高新技术产业、分享型经济产业为代表的新经济，在支撑增长、带动就业、促进转型等方面发挥着越来越重要的作用。创业就业形势良好，超额完成上半年就业目标的22%，新登记企业增加28.5%，因此可以预见未来消费将继续保持增长。

从全球范围来看，全球第二季度消费者信心指数与第一季度持平，稳定在98点。而中国的消费者信心指数始终保持在全球前十的高位，今年第二季度位列全球第八名。尼尔森的数据显示，2016年第二季度的中国消费者信心指数达到106，相比一季度还上升了一个点，显示出中国消费者信心指数趋于稳定，消费者正在积极适应中国经济新常态。

此外，居民对于收入的预期也较为乐观，这也对消费的持续增长起到至关重要的作用，尼尔森数据显示，2016年上半年，全国居民人均可支配收入11886元，同比增长8.7%。居民人均收入增速稍快于人均GDP增速，居民收入增长与经济增长基本同步，因此居民对于收入的预期较为乐观。

国家政策推动消费市场发展、升级同样也是明显的，虽然宏观经济面临下行压力，但总体经济结构逐步升级，增长质量有所提高。从2016年上半年的国民经济统计数据中，我们可以看到，消费总量不断扩大，社会消费品零售总额增长10.3%；消费结构升级趋势明显增强。

与此同时，一些新的消费行为与现象也预示了未来的消费倾向与趋势，比如尼尔森对于不同年龄人群的消费研究调查发现，90后—00后人群正在消费市场中占据越来越重要的位置，虽然目前购买力不是最强，但是90后—00后拥有更强的消费信心，乐于尝新、青睐高品质商品，引领着消费市场的创新需求和升级趋势。尼尔森数据显示，25%的90后消费者愿意尝试新品，高于80后（19%）和70后（21%）。

从全球其他国家消费对经济增长的占比情况来看，一些发达国家消费对经济增长的贡献达到70%以上，目前中国虽然大力推动消费，但消费在整个经济增长的占比仍只是“三分天下有其一”，投资与进出口这两驾马车对经济增长的贡献预计在相当长的一段时期内仍会占据较大比例。从未来消费成为经济增长的主要贡献力量来看，中国的消费增长仍有一条较长的路要走，这条路不仅是数量的增长之路，也是消费品质的升级之路。尼尔森的研究显示，消费者更愿意在个人、品质生活及身心健康方面进行消费，如服饰、美容美妆、旅游度假等。2016年上半年的国民经济数据也表明，第三产业正在领跑经济增长，服务业对国民经济增长的贡献率为59.7%，比第二产业高出22.3个百分点。

消费信心则是极易受到外部因素影响，比如全球经济危机、国内经济下行等因素都会影响到消费者的消费信心。当前来看，世界经济复苏不及预期、贸易持续低迷、近期英国的脱欧公投，这些都增加了世界经济运行的不确定性。这也使得当前阶段消费者的信心表现出维稳为主。