

内蒙古新型消费发展现状

■ 内蒙古自治区宏观经济研究中心课题组

摘要：随着经济社会的发展，国内居民物质财富积累丰富，消费需求不断升级。特别是在经济发展新常态背景下，内蒙古逐步进入消费需求持续增长、消费结构加快升级、消费拉动经济作用明显增强的重要阶段。“十四五”时期，内蒙古要用新思路新举措深挖内需潜力，持续扩大消费需求，加快培育形成经济发展新供给新动力。本课题组就内蒙古新型消费现状展开研究，采用问卷调查和统计数据资料分析等方法，对内蒙古新型消费特征趋势及存在问题进行分析，以期发挥新型消费的引领作用，更好满足人民群众对美好生活的向往。

关键词：新型消费 消费行为 发展特征 消费偏好

一、内蒙古新型消费发展特征

（一）品质化发展：耐用品消费和服务消费比重上升

当前，内蒙古居民消费呈现出恩格尔系数持续下降、耐用品家庭保有量提升、服务消费持续增长的特征。内蒙古城镇居民、农牧民恩格尔系数分别由2000年的34.5%和44.8%下降到2020年的28.0%和30.6%，消费呈

持续升级态势，城乡居民生活水平不断提高（图1）。城镇家庭由2014年每百户拥有汽车28.7辆快速增长到2020年的54.4辆，家用电脑由每百户56台增长到2020年的64.1台，农村牧区家庭的耐用品保有量也处于提升态势。全区居民消费从“买商品”向“享服务”转变，城镇居民医疗保健消费支出占消费总支出的比重由1995年的4.0%上升到2020年的8.5%，交通和通信消

费支出比重由1995年的5.0%上升到2020年的15.6%（图2）。旅游、健康等服务消费已成为内蒙古大众化消费热点（图3）。

（二）智能化发展：信息类消费及信息化消费方式蓬勃发展
新一代信息技术飞速发展，信息技术与经济社会各领域深度融合，新型消费呈现出显著的智能化特征。信息消费已成为继住房、汽车后的全新消费热点与亮点。从服务消费看，内蒙古信息

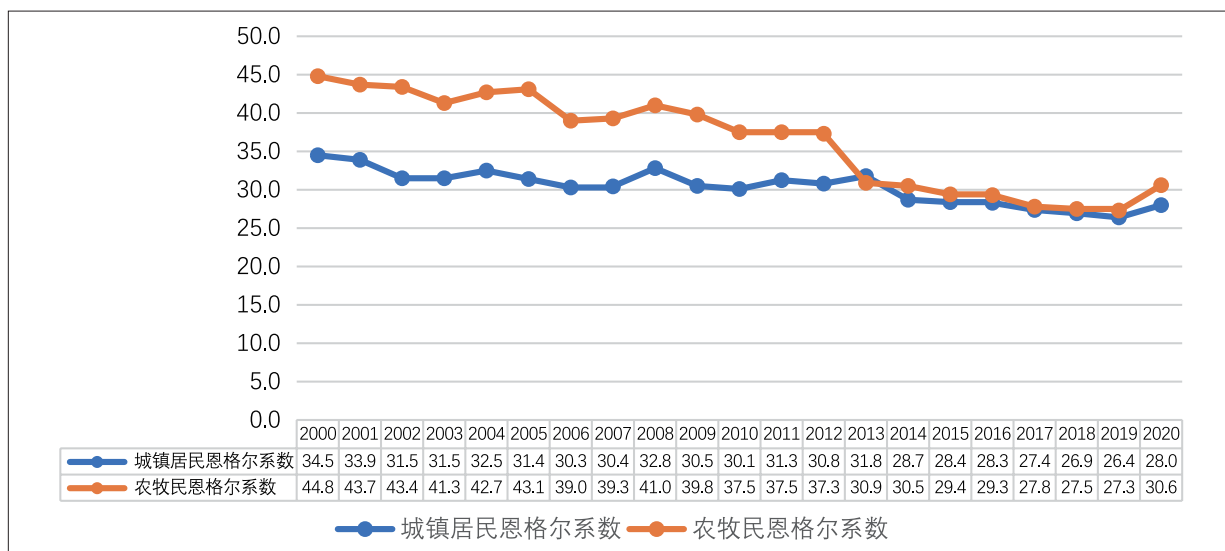


图1 2000-2020年内蒙古居民恩格尔系数趋势图

数据来源：2021年内蒙古统计年鉴。

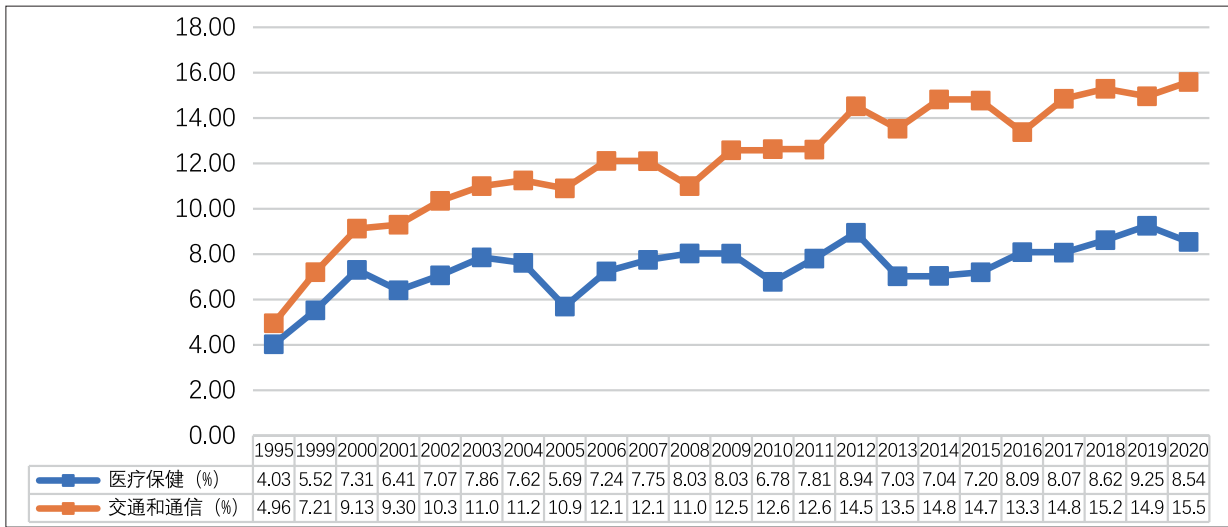


图2 内蒙古城镇居民 1995-2020 年医疗保健、交通和通讯的服务消费占消费总支出比重

数据来源：2021 年内蒙统计年鉴。

消费主体不断增加，供给质量和水平不断提高。2020 年，全区 4G 移动电话用户 2404.6 万户，较 2018 年增长 7.8%，互联网用户 3297.2 万户，移动互联网接入流量 32.6 亿 GB，分别较 2016 年增长 33.9% 和 24.4 倍。从产品消费看，以中高端移动通信终端及智能家居产品为主的智能产品消费需求不断增加。74.7% 的受调查者购买过智能手机等中高端移动通信终端及智能电视、智能空调、扫地机器人等智能产品。其中，38.0% 的人购买过智能手表、运动鞋、眼镜等智能可穿戴设备，前沿信息类产品逐步被消费者接受（图 4）。基于互联网的新型消费模式迅猛发展，线上交易已经成为消费者购买商品和服务的一种重要消费方式。受调查人群中，89.9% 的人有通过网络

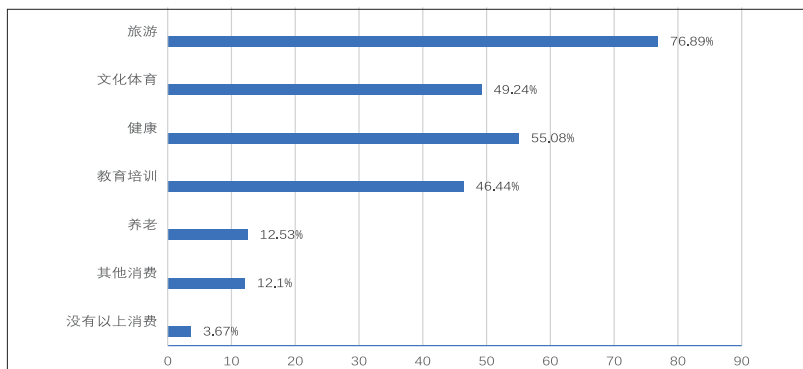


图3 内蒙古旅游、文化体育、健康、教育培训、养老消费情况

数据来源：根据本课题组问卷调查结果汇总整理。

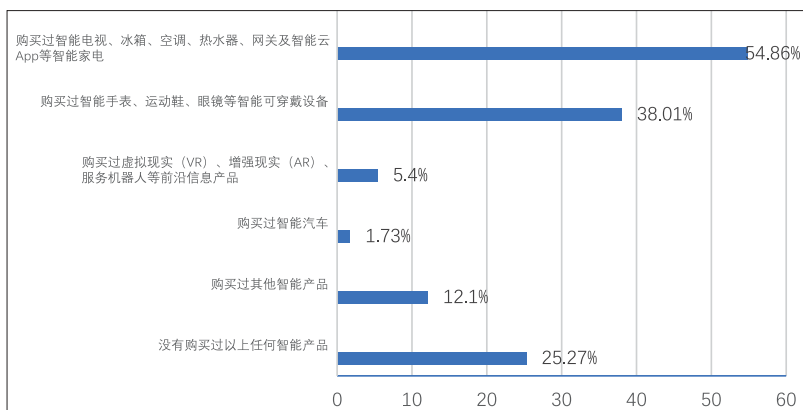


图4 内蒙古新型消费中产品（实物）消费情况

数据来源：根据本课题组问卷调查结果汇总整理。

来自中华人民共和国工业和信息化部《2019 年中国数据流量行业分析报告》。

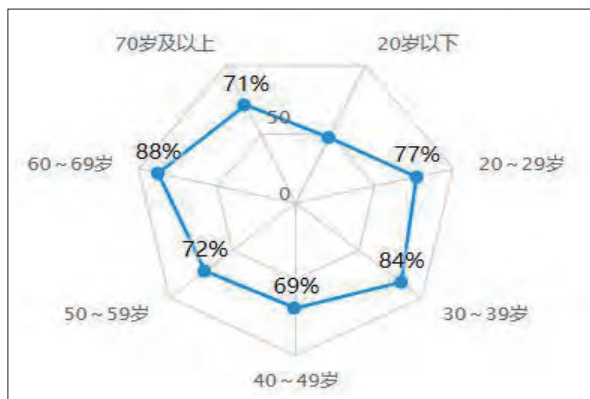


图5 内蒙古不同年龄人群旅游消费情况
数据来源：根据本课题组问卷调查结果汇总整理。

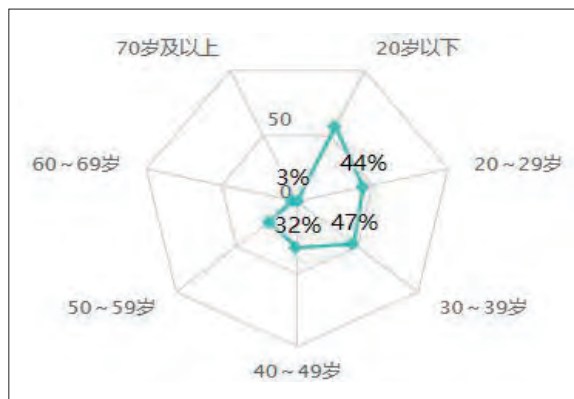


图6 内蒙古不同年龄人群购买过智能可穿戴设备的情况
数据来源：根据本课题组问卷调查结果汇总整理。

购买商品、服务的消费行为。在线支付广泛应用，特别是手机支付向生活各个领域快速渗透，丰富了支付场景，也促进了电子商务的发展。“租生活”开始为大众尤其是年轻一代所接受，共享经济快速发展，20.7%的人有过共享消费行为，社会资源利用效率得以提升。

（三）绿色化发展：“绿色”“健康”成为消费焦点

随着人们对环境和健康的关注程度不断提高，倡导人与自然协调发展、健康适度消费的“绿色”“健康”消费理念逐步深入人心，消费领域也从生态、有机、健康食品向空气净化器、净水器、节能节水器具、绿色家电、绿色建材等有利于节约资源、改善环境的商品和服务拓展，“绿色”“健康”日益成为消费热点。在受调查人群中，近两年内有78.8%的人购买过绿色、健康类产品，有62.6%的人购买过家用LED、卫浴节水器等节能节水产品，25.7%的人购买过有

绿色环保标识的绿色家电产品，17.9%的人购买过绿色建材，1.5%的人购买过新能源汽车，38.9%的人购买过空气净化器、多功能活氧机、负离子花洒等改善家居生活环境的产品。循环型消费也在兴起，闲置物品回收再利用逐渐被越来越多人接受。

（四）多元化发展：消费者分化与消费行为差异化趋势明显

物质财富的极大丰富和科学技术的不断发展，使个性化消费成为可能，消费需求逐步由排浪式、模仿型、同质化、单一化向差异化、个性化、多元化升级。消费者多元化消费需求越来越多，消费者分化与消费行为差异化的趋势渐趋明显，定制化、个性化逐渐成为潮流。

一是不同年龄人群具有不同的消费偏好。年轻人已成为新消费品和新服务的主要消费者，且消费的时尚、前沿程度与年龄呈明显的逆向分布。近两年，20岁以上人群中，约7成以上有旅游消费，特别是介于60—70岁的

人群，比重更高达88%。其主要原因是刚退休的“银发族”，身体健康，有精力、有时间，从而形成60-70岁的旅游消费的高峰年龄段（图5）。在智能电视、冰箱、空调、热水器、网管等智能家电类产品中的消费方面，各年龄段人群的消费占本年龄段人口比重差别不大。在智能可穿戴设备和虚拟现实、增强现实、服务机器人等前沿信息产品的消费方面，越年轻的群体购买的比重越大。如智能手表、运动鞋、眼镜等智能可穿戴设备，消费者比重总体上随着年龄的增大而下降（图6）。虚拟现实（VR）、增强现实（AR）、服务机器人等前沿信息产品的消费，也呈这样的特点。

二是城乡居民在新型消费方面表现出明显差异。城镇居民新型消费水平明显比农牧民高。从分类别消费支出情况看，除了教育支出的差异较小外，城镇居民在交通、通信、文化娱乐等方面的消费支出额明显高于农牧民，

如交通、通信的消费支出是农牧民的 1.7 倍，医疗保健是农牧民的 1.2 倍左右，文化娱乐是 2.8 倍。另外，城镇居民在文化娱乐方面的消费支出比重高于农牧民 1.1 个百分点，而农牧民教育支出占消费支出的比重高于城镇居民 2.9 个百分点。在消费支出水平约是城镇居民一半的情况下，教育投入与城镇居民基本无异，表现出内蒙古农牧民对教育的高度重视。

学历越高的人群对待新型消费更为积极。根据调查，大学本科以上学历人群中，90% 以上都有过网络购物、线上支付的消费经历，比重明显高于本科以下学历人群。大学本科以上学历，20% 以上有过共享消费经历，专科学历仅有 10.3%，高中及以下学历为 11.3%。高中及以下、大学专科、本科、硕士、博士研究生人群中，有过定制消费经历的人占比分别为 3.8%、2.9%、6.0%、8.3% 和 7.1%，大学以上学历人群的该比重同样较高。大学本科、硕士、博士研究生分别有 81%、88%、79% 的人有过旅游消费，有 54%、68% 和 79% 有过文化体育消费，明显高于大学专科及以下学历人群，健康、教育培训消费情况也有同样表现。

消费能力低下是低收入群体新型消费受到抑制的主要因素。调查显示，月收入 5000 元以上人群，80% 以上的人有过旅游消费，月收入 3001-4999 元、3000

元以下群体该比重只有 69.3% 和 59.5%。从健康消费看，月收入 3000 元以下、3001-4999 元、5000-6999 元、7000-10000 元的人群中，有消费经历人数比重为 51.4%、48.6%、54.6%、52.5%，而月收入 10000 元以上的群体，达到 70% 以上。文化体育、教育培训大体上也属于这种情况。

二、内蒙古新型消费发展存在的问题

（一）新型消费供给不足

受基础条件、产品服务、创新意识等方面制约，内蒙古新型消费领域结构性矛盾突出，中低端化、同质化服务供给过剩与高品质、个性化服务供给缺乏共存，无法完全满足居民不断升级的消费需求。调查情况显示，13.6% 的人认为产品服务不足以满足需要而制约自己的新型消费。一是现代医疗、健康养老服务有效供给不足。基本医疗卫生服务城乡发展差距大，优质医疗资源主要集中在呼包鄂等中心城市的公立大医院，农村牧区和欠发达地区供给明显不足。三级医疗服务体系的并未发挥应有作用，患者更倾向于到大城市大医院就医，甚至赴区外发达城市就医，使得基层医疗机构作用发挥不充分。与医疗类似，内蒙古尚未建立完善的养老服务体系 and 完整的养老产业链，健康养老服务与老龄化社会的要求相去甚远。

目前，内蒙古每千名老人拥有养老床位数仅是国际标准的一半左右。区内多数养老服务机构是为有生活自理能力的老人提供日常照料，反而对迫切需要养老服务的半失能和完全无自理能力的老人的护理服务较少。养老机构结构不优，针对民政服务对象的公办养老机构相对充裕，而普通公众所需的社会化养老机构相对缺乏；城市养护院与农村牧区敬老院之间存在“城乡差距”；低档养老机构床位大量闲置，专业化程度较高的中高档养老机构“一床难求”。健康养老行业服务功能不健全、专业性不高、结构不合理等亟需改变。二是信息类消费受到多重因素限制。信息消费基础环境仍需完善，多网络融合仍然面临着如服务质量和安全性保障不足、无缝移动的用户感知不高、融合网络整体性能有待提升等问题；信息基础设施普及率不高，尤其是农村牧区基础设施薄弱。数字内容产业发展滞后，高品质的精品电子书、音乐、动漫、电影、电视剧、游戏等新兴屏幕文化产品明显供不应求，不能满足日益增长的信息消费需求。信息技术创新不足，真正意义上的新技术信息产品和信息内容供给不足，信息技术创新瓶颈成为影响信息消费的重要因素。信息安全保障不足，中消协调查显示，56.6% 的消费者在互联网个人信息保护现状不满意，被泄露或被窃取最多的是消费者个人

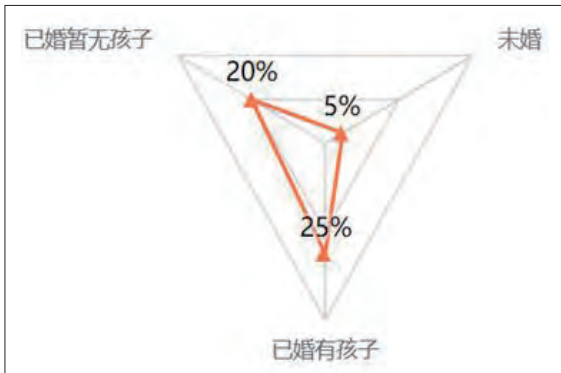


图7 内蒙古家庭房贷支出情况

数据来源：根据本课题组问卷调查结果汇总整理。

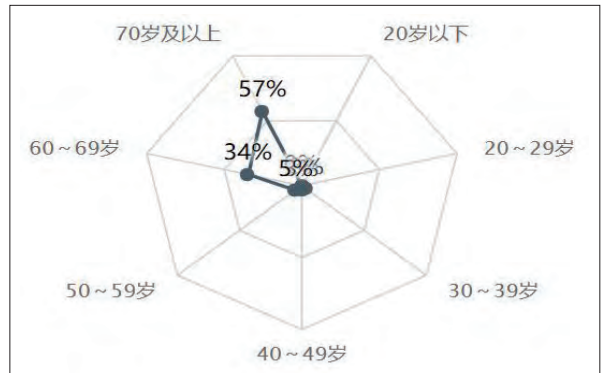


图8 内蒙古不同年龄段人群医疗支出情况

数据来源：根据本课题组问卷调查结果汇总整理。

基本信息，这在一定程度上限制了信息消费规模的扩大。

（二）消费不可持续问题凸显

当前，消费领域出现了过度消费、盲目消费、攀比消费等问题，这些非理性消费行为强调个体消费需求的满足，从而造成资源和经济方面的浪费，与绿色可持续发展理念相悖。这一问题在新兴消费领域也不例外地存在。如时下在互联网上出现的吃播，由于视频中的食物往往色彩鲜艳，加上主播的语言、行为渲染，对观众产生由吸引从而引发消费。调查显示，24.1%的人认为自己有超过自己消费能力的过度消费行为，21.4%的人认为自己在消费过程中存在浪费情况。也就是说，近一半的人认为自己有过不理性消费。另外，根据《中国快递包装废弃物产生特征与管理现状研究报告》，网络购物、餐饮外卖消耗的纸盒、塑料盒、塑料袋、防震泡沫等包装造成了巨大的资源浪费与环境污染。

染。根据相关机构经初步估算，我国快递业每年消耗的纸类废弃物超过900万吨、塑料废弃物约180万吨，并呈快速增长趋势。在特大型城市中，快递包装的垃圾增量已占到生活垃圾增量的93%，且增势不减。这些快递包装材料的生产、使用和处理过程排放了1300余万吨二氧化碳，需种植约7亿棵树才能中和，快递废弃物的填埋和焚烧耗费的社会管理成本激增，给城市生活垃圾治理带来严峻挑战。

（三）教育、医疗、住房等支出对新型消费有挤压效应

受总体收入不高、社会保障不健全等因素影响，许多居民家庭，特别是中低收入群体，受教育、医疗、住房支出较大影响，在包括新型消费在内的消费支出方面受到抑制。调查显示，子女教育支出是45.7%的已婚有子女受调查者家庭的支出项目，这一情况主要集中在20-50岁已婚有子女人群，主要原因是这个年龄段已婚人群，其子女正处

在尚未成年、接受学校教育的阶段，从而子女教育消费支出相对较高。房贷支出是45%的已婚受调查者消费支出比重最大的支出项目，同时也是5%的未婚受调查者消费支出比重最大的支出项目。国内一家研究机构的研究结果显示，目前，一般情况下房贷支出占中等收入家庭收入的20%-40%。由此看出，房贷支出对中等收入家庭而言是一笔可观的固定开支（图7）。

医疗支出是7%的受调查者最大的支出项目。调查显示，医疗支出与年龄呈明显的正相关关系，年龄越大的人群，医疗支出成为其最大支出项目的人的比重越大（图8）。

（执笔：内蒙古自治区宏观经济研究中心杜勇锋，康磊；中央民族大学管理学院哈丽雅；内蒙古工业大学经管学院翟羽佳）

责任编辑：康伟