

微观视角下内蒙古消费扩容升级的路径选择

■ 杨伟民

摘要：2020年，党中央基于国际国内发展形势，提出要构建国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局。消费扩容升级是构建经济双循环的重要组成部分和内生动力。内蒙古存在居民收入水平增长乏力、居民消费受到抑制、服务业受疫情影响程度严重和周边发达城市消费“虹吸”等消费问题；因居民收入提高、消费层次升级、农村收入提升、社会保障体系不断完善，也有着巨大的消费潜力。由此本文提出内蒙古消费扩容升级的路径，即提高消费者的资源拥有水平，促进消费回流，促进消费升级提质和减少消费者感知风险。

关键词：消费 扩容升级

一、问题的提出

消费是人类社会经济生活中的一个重要领域。亚当·斯密在《国富论》中提出：“消费是一切生产的唯一目的。”马克思指出：消费是人类的第一历史活动。生产决定着消费，而消费是人类生产的最终目的。习近平总书记在党的十九大报告中提出全新论断：我国社会主要矛盾已经转化为人民日益增长的美好生活需要和不平衡不充分的发展之间的矛盾。随着人民收入水平不断提高，消费日益成为国民经济发展的基础性动力。作为满足人民美好生活需要的主要途径，消费在促进经济社会进步和人的全面发展方面发挥更加重要的作用。

最近几年来，全球正在经历百年未有之大变局，特别是2020年以来的新冠肺炎疫情还在冲击着世界经济和政治环境。2020年5月，党中央基于国际国内发展形势，提出要构建国内大循环为主体、国内国际双循环

相互促进的新发展格局的经济发展的新战略。提出要加快培育完整内需体系，完善扩大内需的政策支撑体系。实现经济增长新活力就必须促进消费提质扩容，增强消费对经济发展的基础性作用，全面促进消费，提升传统消费，培育新型消费，发展服务消费。因此，分析内蒙古居民消费中存在的问题和潜力，进而提出消费扩容升级的具体路径，对内蒙古消费增长和产业结构调整具有积极意义。

二、文献回顾

居民消费问题一直是学术界研究的热点，国内外学者从消费环境、消费市场、消费升级、消费结构、消费动力等多个视角开展了大量卓有成效的研究，为丰富消费理论研究、解决消费实践问题做出了重要贡献。近年来部分学者又将研究视角转向新发展格局方面。贺京同（2019）认为创新引领投资提质增效、消

费扩容升级。刘尧飞和管志杰（2019）提出双循环新发展格局下，国内消费扩容升级应统筹推进供给侧改革和需求侧管理，综合施策释放居民消费潜力，培育壮大消费增长新动能，精准发力吸引海外消费回流，在更高水平上实现供需动态平衡，推动经济社会高质量发展。张锐（2019）提出服务消费是消费扩容升级中的政策牵引与托举，各地可以考虑建设信息消费体验中心，开展信息消费体验周、城市行、技能培训等各类活动，通过典型案例经验的推广与复制，培养并增强民众信息消费的消费意愿。许光建等（2020）实证分析了减税降费对消费扩容升级的影响，发现减税措施对消费扩容升级具有促进作用。杨水根、张川和董晓雪（2020）发现流通效率的提高、流通环境的改善在一定程度上影响居民收入和消费意愿，能够显著推动居民消费的提质扩容，促进居民消费的扩容升级。许坤等（2020）实证表明基本公共服务

均等化水平的提高能显著促进最终消费率的上升，提出中央政府坚持顶层设计，适时调整基本公共服务均等化推进过程中的重点任务和关键环节；建议地方政府重点弥补本地区基本公共服务的供给短板；同时，不同地区间可以建立财政联系机制，协调地区间基本公共服务的供给均衡程度。

这些学者从不同视角对扩大消费提出了很多有价值的对策建议，但多是从宏观角度研究消费扩容升级的影响因素及其政策。消费政策一般是一国宏观经济政策体系的组成部分，但消费扩容升级的实现来自消费者的理性选择，从微观的角度去研究消费者行为可能更具可操作性。目前从微观的视角研究消费扩容升级的文献非常少，因此本文从消费者行为入手分析居民消费中存在的问题和潜力，进而提出内蒙古消费扩容升级的具体路径。

三、内蒙古消费状况

(一)内蒙古城乡居民收入水平增长乏力

近年来，内蒙古经济高速发展，居民收入水平与消费水平明显提高，较强的消费需求又进一步促进了经济发展。由于新冠肺炎疫情的影响，全球经济衰退，根据国家统计局数据显示：2015-2020年内蒙古自治区城镇居民和农村居民人均可支配收入

逐年递增，人均消费支出2019年达到最高值，此后有所下降，2020年，全国居民人均可支配收入32189元，内蒙古自治区居民人均可支配收入31497元，尚未达到全国平均水平。分析其原因主要是新冠肺炎疫情导致居民收入预期降低，复工复产推迟使得工资性收入受到影响，财产净收入受租金收入和金融市场影响较大。

(二)居民消费受到抑制

根据内蒙古统计年鉴，从2000年到2019年，社会消费品零售与名义生产总值的消费占比从34.42%下降到29.35%。新冠肺炎疫情使得更多人采取谨慎消费的态度，进一步降低了消费者的购买动机。受人员密集场所管控、疫情期间“宅”生活对消费习惯的改变以及对公共场所防疫安全的顾虑等因素影响，市场增长乏力。从消费品市场运行的整体情况来看内蒙古社会消费品零售情况不容乐观，促消费稳经济的任务仍然很重。

(三)服务业受疫情影响程度严重

新冠肺炎疫情爆发后，消费者集体场景消费的动机进一步降低，导致餐饮、旅游、酒店、KTV、影院等场所受到严重影响，消费场所的客流量急剧降低。2020年全年第三产业增加值为4110.9亿元，同比下降5.6%。酒水饮料、休闲零食、母婴用品、个护清洁、网络游

戏、家居百货的线上成交额较去年同期有大幅度增长。平台经济和共享经济多集中于江浙沪、北京、天津等经济发达地区，新消费业态对消费市场造成了消费的净流出，对当地消费产生“替代效应”。

(四)周边发达城市产生消费“虹吸效应”

当前，内蒙古高铁开通和航空航线补贴政策，便利了与区外发达地区的交流，但也导致区内高消费人群产生需求外溢，形成消费“虹吸效应”，减低了内蒙古的区内消费水平。

四、内蒙古消费扩容升级的潜力分析

(一)居民收入不断提高，消费层次提高

居民的消费能力主要源于收入水平，随着社会经济的快速发展，内蒙古居民收入水平持续提高。内蒙古人均可支配收入从2005年的5985元提高到2019年的30885元，高于全国30733元的平均水平，年均增长12.4%，与此同时，中等收入群体的规模也在不断扩大，这些都将成为消费市场的扩容升级带来强大的内生动力。

恩格尔系数不断降低说明消费层次持续提高。2019年，全区全体居民恩格尔系数为26.6%，同2012年相比下降2%；城镇居民恩格尔系数为26.3%，

同 2012 年相比下降 1.2%；农村牧区居民恩格尔系数为 27.3%，同 2012 年相比下降 5.2%。消费函数理论认为收入是消费的决定因素，当居民收入提高会产生消费结构升级。消费品分为基本性消费品、享受性消费品和发展性消费品。随着生产力的不断发展，消费者需要更多的享受性和发展性商品。内蒙古居民文娱、教育、通讯支出的不断上升，说明全区消费层次趋势不断提高。2019 年全区居民人均消费性支出中，教育文化娱乐的比重为 11.6%，同 2012 年相比增加 0.1%；交通和通讯支出的比重为 15.5%，同 2012 年相比增加 1.8%。消费扩容为升级提供了基础，消费升级意味着消费规模扩大、消费范围增加和消费层次提供和消费结构变化，是另一种形式的消费扩容。

（二）农村消费潜力巨大

内蒙古农村消费环境得到了显著改善，消费潜力不断释放。2019 年内蒙城乡居民人均可支配收入比 2.67:1，城乡居民人均生活消费支出比 1.8:1。随着乡村振兴战略以及政府促进城乡融合发展意见的实施，越来越多的农牧民进入城市从事工业和服务业，农民收入中工资性收入迅速增长。从收入增速来看，内蒙古城镇居民人均可支配收入从 2005 年的 9247 元提高到 2019 年的 40782 元，年均增长 11.2%。农村居民人均可

支配收入从 2005 年 3070 元提高到 2019 年的 15283 元，年均增长 12.2%。农村居民收入增速持续高于城镇居民，城乡差距将会不断缩小；农村居民具有较高的边际消费倾向；农村基础设施的改造、道路物流和通信设施的建设，这些都为激发农村消费市场创造了良好的条件。

（三）社会保障体系不断完善

从传统文化的角度看，我国居民谨慎性动机导致的预防性储蓄较高。长期以来，中国的储蓄率居于全球前十。在消费观念变迁下，居民消费抑制现象的主要原因是社会保障体系尚不完善。居民储蓄的目的为了应对失业、医疗、住房等保障需求。长时期存在的过度储蓄和消费不足这种不平衡已成为经济增长的阻碍，完善社会保障体系和发展消费金融有助于消费扩容升级。当前内蒙古社会保障体系不断完善，截至 2020 年末参加基本医疗保险人数 2183.9 万人，比上年增长 0.3%。参加城镇职工基本医疗保险人数 553.0 万人，增长 4.2%；参加城乡居民医疗保险人数 1630.9 万人。参加城镇职工基本养老保险人数 785.9 万人，比上年增长 2.9%，参加失业保险人数 271.5 万人，增长 1.5%；养老金社会化发放率 100%。随着社会保障体系的不断完善，覆盖人群的不断扩大，将会激发居民降低储蓄率，释放消费潜力。

五、基于消费者行为的政策建议

（一）提高消费者的资源拥有水平

消费者的消费是一种引致消费，消费者只有拥有收入、时间和知识三种资源，才有可能产生消费行为。

1. 改善居民消费预期和提高收入

消费扩容首先要提高消费者资源中的收入，稳定消费预期。李克强总理提到“多渠道增加居民收入”“稳步提高消费能力，改善消费环境，让居民能消费、愿消费，以促进民生改善和经济发展”。低收入群体是弱势群体，同时边际消费倾向较高。自治区政府应进一步完善社会保障体系，改革收入分配，提供更多就业岗位，增加更多的教育、技能培训，帮助低收入群体增收，进一步提高企业退休人员养老金水平。加快积极引导各种生产要素向农村地区集聚，提升农民收入，充分释放农村市场的有效需求。

与此同时，扩大中等收入群体，实现相对比较充分的就业，努力让居民收入增长与经济增长基本同步，扎实推动共同富裕。不断扩大中等收入群体规模，着力通过扩大就业、优化收入分配政策和结构、推动资本市场健康发展措施，畅通低收入群体向中等收入群体转化的渠道，



推进共同富裕，提升城乡居民收入。

2. 增加消费者休闲时间

现代人将时间分成三个部分：工作、非自由处置时间和休闲时间，对于富裕人群而言，他们主要关心的不是购买更多的产品，而是消费产品和服务的时间。因此，要通过制度设计，增加闲暇假期，扩大城市周末消费，大力发展夜间经济。以文化IP为主线，营造实体消费和体验场景，大力发展“夜宴、夜游、夜购、夜演、夜读、夜宿、夜健”新业态，让网红打卡地更有消费活力。

3. 丰富消费者知识

消费者知识包括产品知识、购买知识和使用知识。通过学校教育和网络平台，增加消费者理性消费知识，防止网络诈骗，促进消费者实现有效消费。还要通过各种渠道，教育消费者转换过度消费意识，提高消费的“可持续性”和“发展性”，即消费不能危及环境与生态，也要顾及代际公平和代内公平，不能损害其他消费者的利益，倡导消费绿色环保型产品、环境友好型产品。

(二) 促进消费扩容

1. 促进消费回流

内蒙古地域广阔、靠近京津、政治稳定、环境优美，适合发展展会经济和旅游经济等文化体验游，要开发一批适应区内外游客需求的草原游、民俗游线路；生产具有地域和民族特色的创意文旅商品；创新文化旅游宣传推广模式，发挥各地区旅游推广联盟、行业协会和新媒体作用。要探索建立企业主导、线上线下融合、游客参与互动的机制。鼓励外地游客提高消费水平，促使内蒙古自治区老字号品牌转型上网，策划品牌消费体验活动等，提高自主品牌知名度和影响力。

2. 引导海外消费回流

鼓励机场跨境电商监管库、免税店、保税物流中心、电子商务园区等建设,提高高品质产品和高端服务的供给能力,引导海外消费加速回流。着力解决“有钱可花”“有钱愿花”“有钱会花”“有钱好花”等问题,提振居民消费能力。

3. 大力发展网络新业态和新模式

在“互联网+”强劲发展的趋势下,大数据、5G、人工智能等引领新消费需求的前沿技术不断渗入消费领域,电商发展日益成为消费主渠道。应借鉴发达地区的成功经验,大力发展电商平台,鼓励新业态、新模式和新产品成长,发展网购快递、生鲜电商、在线教育、远程问诊、远程办公等新兴服务。

(三) 促进消费升级提质

1. 提升消费硬件水平

与新基建结合,加快内蒙古已有优势的5G、工业互联网、大数据中心等基础设施建设。支持北斗导航、物联网、无人仓储、无人配送、智能自提等技术应用。打造智能化、集约化、绿色化物流领域现代物流及仓储运作模式,推动具有内蒙古特色的马文化消费、文化休闲街区、艺术街区、特色书店、剧场群、文化娱乐场所群等建设,发展集合多种业态的消费集聚区。

2. 大力发展体验经济

随着“90后”“80后”新消

费主力军走上历史舞台,体验消费渐成趋势,要发展沉浸式、互动式、体验式文商旅体融合发展的消费新场景,以发展艺术、文创、文博等新兴消费业态为重点,以创造旅游新消费场景、塑造旅游新消费品牌、吸引新消费群体为目标,促进消费回补和潜力释放进程。

3. 鼓励当地消费

通过发展特色产品,加大网络推荐,延长旅游时间,吸引外地顾客增加旅游消费;通过保护生态环境,利用地缘优势,吸引跨省养老地产、旅游地产发展,吸引外地人群定居消费。加快连锁门店、医疗服务、教育服务、养老服务、家政服务消费发展,积极扩大当地消费的有效需求。

4. 提高农村消费能力

城乡消费的差距意味着农村消费市场潜力巨大,随着农民收入增速加快,脱贫攻坚目标任务如期完成后,乡村振兴战略全面推进,农村消费市场进入加速提质转型的新发展阶段。下一步应注重发挥有零售实体企业的引领和带动作用,发展邮政下乡、物流设施、通信网络,引领带动农村消费品质升级。

(四) 减少消费者感知风险

数字和平台经济导致市场运行的不确定性增加,网络消费、互联网金融聚集性、扩散性风险屡有发生。当前消费者保护主要以事后监管为主,难以有

效保护消费者权益。要建立“事前+事中+事后”市场监管和消费者保护机制,采取大数据分析技术等提前发现消费风险问题,保护消费者的合理权益,鼓励消费者可持续消费。■

参考文献:

[1] 刘鹤. 加快构建以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局[N]. 人民日报,2020-11-25(6).

[2] 刘尧飞,管志杰. 双循环新发展格局下国内消费扩容升级研究[J]. 当代经济管理,2021,(6)

[3] 贺京同. 创新是引领消费扩容升级的根本途径[J]. 人民论坛·学术前沿,2019,(2).

[4] 张锐. 服务消费扩容升级离不开政策支持[N]. 经济日报,2019-05-07,(9).

[5] 许光建,许坤,卢倩倩. 减税降费对消费扩容升级的影响——基于面板分位数模型的分析[J]. 消费经济,2020,36(3).

[6] 杨水根,张川,董晓雪. 流通效率提升与消费扩容升级——基于2003-2018年中国省际面板数据的实证研究[J]. 消费经济,2020,36(4).

[7] 许坤,卢倩倩,许光建. 基本公共服务均等化与消费扩容升级——基于面板模型和面板分位数模型的分析[J]. 经济问题探索,2020,(6).

[8] 祁婧. 内蒙古前三季度消费形势分析及对策建议[J]. 北方经济,2020,(9).

(作者单位:内蒙古大学)

责任编辑:康伟