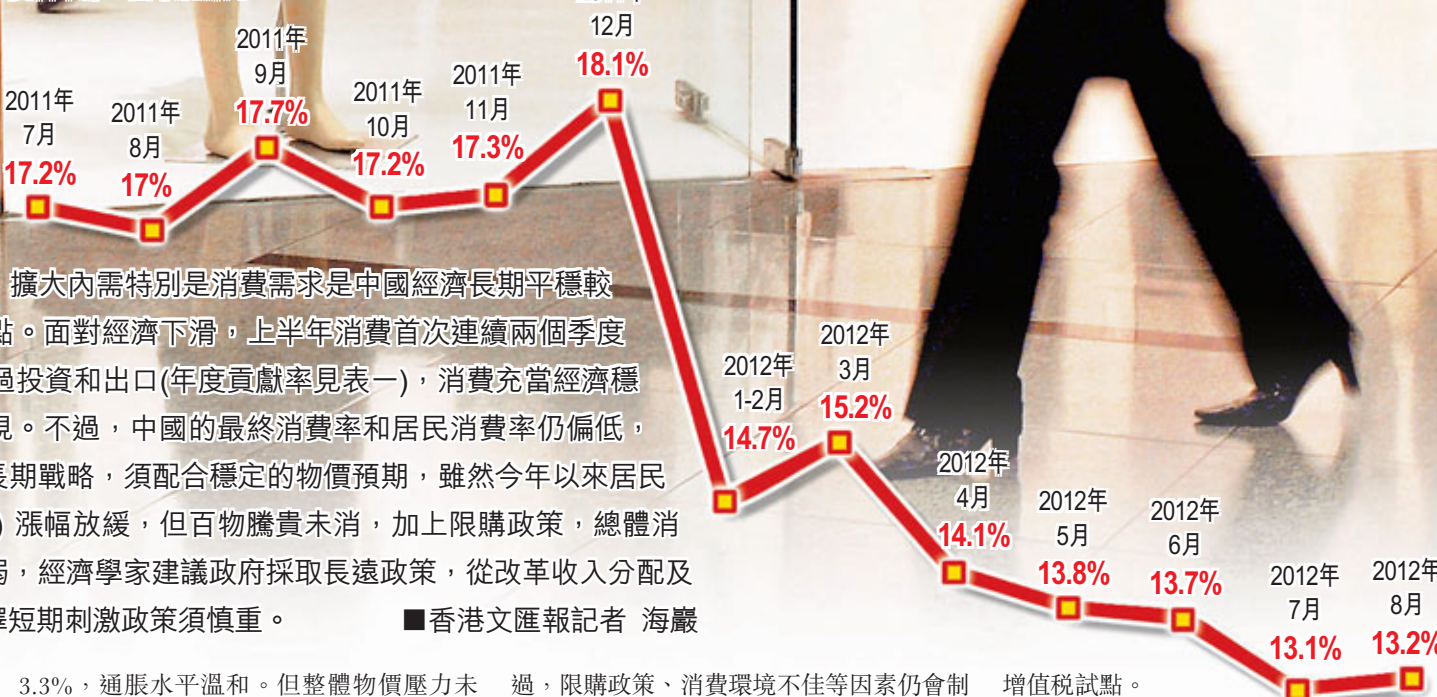


專家：經濟不景物價高 刺激內需路漫漫

消費題難破瓶頸

2011年7月-2012年8月
社會消費品零售總額變化

資料來源：國家統計局



溫家寶總理強調，擴大內需特別是消費需求是中國經濟長期平穩較快發展的根本立足點。面對經濟下滑，上半年消費首次連續兩個季度對GDP的貢獻率超過投資和出口(年度貢獻率見表一)，消費充當經濟穩定器的功能開始顯現。不過，中國的最終消費率和居民消費率仍偏低，擴大消費是未來中長期戰略，須配合穩定的物價預期，雖然今年以來居民消費價格指數(CPI)漲幅放緩，但百物騰貴未消，加上限購政策，總體消費需求態勢仍舊疲弱，經濟學家建議政府採取長遠政策，從改革收入分配及減稅讓利入手，選擇短期刺激政策須慎重。

■香港文匯報記者 海巖

今年以來，外圍經濟持續疲弱、國內經濟步入下滑通道，消費增長也略有減緩。社會消費品零售總額同比義增長從1至2月份的14.7%，一路下降至7月份的13.1%，但扣除價格因素後，則由1至2月份的10.8%，一路上升至7月份的12.2%，實際消費增速基本保持穩定(見曲線圖)。

另一方面，通脹降溫的速度比預期要快，CPI同比增速由1月份的4.5%一路回落，7月份錄得1.8%，創30個月來新低，8月小幅反彈至2%。整個上半年，CPI較去年同期上升

3.3%，通脹水平溫和。但整體物價壓力未減，「一元菜」絕跡市場，「火箭蛋」卻又重現，樓價未跌房租先漲兩成，基層居民大呼「手緊」。

長期研究消費問題的經濟學家、國家信息中心首席經濟師兼預測部主任范劍平表示，從短期形勢來看消費基本保持穩定，因此沒有必要大幅度調整短期需求管理政策來刺激消費需求。展望下半年，范劍平預計，隨着穩增長措施見效，經濟回升、就業增加及物價漲幅回落，消費增速有望小幅加快。不

過，限購政策、消費環境不佳等因素仍會制約汽車、住房等重量級商品消費，總體消費需求疲弱態勢難以扭轉。

堅持抑投機 確保物價穩

從長期看，范劍平認為，最終消費率和居民消費率偏低是中國經濟結構性問題，擴大消費首先從收入分配改革入手，提高消費力。去年政府出台的一些減稅政策，給企業和個人減輕了稅收負擔。今年將進一步完善結構性減稅政策，包括穩步推進營業稅改徵

增值稅試點。

「中國老百姓的消費模式還是跨代預算模式，擴大消費的前提是物價必須要穩定。」范劍平認為，通貨膨脹對居民消費能力的侵蝕影響巨大。

雖然內地CPI走勢顯示物價漲緩，但物價水平仍處歷史高位，民眾的生活成本壓力並未減輕。范劍平提醒，政府要繼續保持對投資投機性需求的抑制政策，同時進一步優化現行房地產調控政策，防止房價復性反彈。

預支消費力 可一不可再

望聞問切

應對經濟下行，中國今年再次啟動消費補貼政策，其中家電節能補貼計劃在一年內安排家電節能補貼265億元，力度大於上次的「家電下鄉」，官方預測大約能撬動4,500億元的市場；新舊汽車報廢更新補貼則在20億元左右。不過經濟學家普遍認為，儘管總體補貼金額較大，刺激效果可能反而不如上一輪，更由於居民收入增長有限，刺激消費無異於寅吃卯糧，「先使未來錢」，引起消費需求的劇烈波動，甚至貽誤產業升級。

對於家電節能補貼成效，國家信息中心首席經濟師兼預測部主任范劍平指出，節能家電定價偏高，即使有補貼也難激起較大的購買慾；市場上真正在售的補貼產品還佔不到全部入圍節能補貼家電的1/3，消費者選擇不多。至於汽車更新補貼，諮詢機構AlixPartners董事吳品輝指出，上一輪的購置稅優惠等刺激政策提前透支了一些消費，新一輪政策刺激作用不會很大。

據中國社科院金融重點實驗室主任劉焯輝分析，消費補貼短線有效果，但不可持續，而後必然面對消費的低迷和低



■內地再推家電補貼計劃以刺激消費，成效不被看好。 資料圖片

谷。在劉焯輝看來，上一輪消費補貼政策對家電和汽車產業帶來的益處遠遠比不上壞處，因此不應重蹈覆轍。

調整收入分配 培育增長源泉

對症下藥

作為應對經濟回落的政策舉措，貨幣信貸空間早已逼仄，政府投資擴張也已弊端凸顯，以減稅擴消費保穩增已刻不容緩。國家統計局中國經濟景氣監測中心近期進行的中國百名經濟學家信心調查顯示，對於提高消費對經濟增

長貢獻的主要途徑，經濟學家選擇最多的是完善社會保障體系(75%)和採取一系列對企業和個人減稅措施(64%) (詳見表二)。

多數經濟學家認為，消費不足是一系列深層次的體制問題導致的，解決結構失衡問題，必須從制度改革入手。結構性減稅不僅是應對國際金融危機、抑制經濟下滑過度的短期政策，更是調整國民收入分配，培育經濟持續增長源泉的改革需要。

綜合來看，經濟學家認為刺激消費的有效手段是：一方面降低個人稅負，提高工資水平，健全保障體系，通過優化分配增加總需求，



■去年內地調整個人所得稅起徵點，減輕低收入者稅負。 資料圖片

實現經濟平穩增長；另一方面降低企業稅負，放鬆行業管制，減少市場壟斷，激發創新活力，通過制度變革增加總供給，抬升長期增長潛力。

花錢增速 政府高於百姓

焦點透視

今年上半年最終消費支出對GDP增長貢獻率為57.7%，拉動經濟增長4.5個百分點，最終消費對中國GDP的貢獻率已躍升到第一位。不過興業銀行首席經濟學家魯政委研究發現，自1978年以來，中國政府消費在最終消費中的佔比幾乎每隔十年就上一個台階：80年代大約穩定在21%-23%，90年代上升並穩定在24%-25%，2000-2010年進一步提高到了26%-27%，2011年更達28%，暗示政府消費增速高於居民消費增速。由於政府消費往往對應着政府機構和人員的擴張，由此導致政府對經濟管制的過分擴充，最終反倒對經濟的可持續發展不利。



香港文匯報訊(記者 海巖、劉蕊 北京、濮陽報道)北京頂級商業中心新光天地集中了全球900多家頂級奢侈品牌，商場內人流不算多，在其中的Chanel專賣店，來自東北25歲的曲小姐說，自己唯一的愛好就是購物，這幾年60%-70%的收入都花在名牌時裝和手袋上，但今年以來，自己經營的外賣店客流減了一成多，收入降了不少，買大牌就不能如前疏爽，比如這次她看上一條裙子和一對耳環，因裙子效果不完美，她稍微猶豫一下後，就只把耳環買下了，換作以前，她肯定會把裙子和耳環雙雙收下。

在新光天地二層的一家法國奢侈品店裡，做了兩年店長的北京男孩王彥直言，今年店裡銷售額增長大概只有10%左右，主要是漲價帶來的，與前兩年40%-50%的增長不可同日而語。花錢沒從前大膽，已是城鎮居民面對物價上漲的一般反應。與曲小姐相比，家住河南省濮陽市的退休公務員張柳更精打細算。她與丈夫每月領到6,000元退休工資，在當地屬中等偏上水平，但花錢卻比從前吝嗇，不斷勸導兒子儲錢，她甚至想找工作，「哪怕一個月掙一千塊錢，也夠生活費，花不到工資」。

富人精明花 窮人一味慳

三駕馬車佔GDP增長比重(%) (表一)

年度	消費	投資	出口
2012上半年	57.7	49.4	-7.1
2011	51.6	54.2	-5.8
2010	36.8	54	9.2
2009	45.4	95.2	-40.6
2008	43.5	47.5	9.0
2007	39.2	42.7	18.1
2006	40	43.9	16.1
2005	37.9	39	23.1
2004	39.5	54.5	6
2003	35.8	63.2	1
2002	43.9	48.5	7.6

資料來源：國家統計局

百學者提高消費政策調查(表二)

途徑	同意比率
完善社會保障體系	75%
採取一系列對企業和個人減稅措施	64%
增加對低收入人群補貼	49%
打破國企壟斷促進民營經濟發展	43%
普遍提高工資水平	42%
加快城市化進程	38%
全國性基本公共服務均等化	34%
提高國企紅利上繳比重	23%
提高糧食等農產品價格	23%
滿足首套或改善性住房需求	18%
鼓勵信貸消費	9%
家電下鄉等政策	4%

資料來源：國家統計局

「2012二季度中國百名經濟學家信心調查」

步入「七時代」 風光仍無限

記者手記

為採寫「把脈中國經濟下行困局」專題，記者與多位知名專家學者深入交談，有一個強烈的印象，就是中國經濟經歷「黃金30年」逾10%的高速增長後，正進入7%-8%的中速增長期。今後10年若能成功保持7%以上的中速增長，就是穩增長目標的成功，中國便可以在2020年實現全面建成小康社會的戰略目標。

由於土地、人工、資源和環境等基本生產要素的結構性制約，中國原有的競爭優勢已風光不再，今後只能靠創新驅動、產業升級和科技進步等方式保持經濟活力。方興未艾的城市化、工業化、信息化和農業現代化為中國經濟增長的「七時代」提供了巨大潛力和空間。