

# 中國大陸**十三五**規劃 的**消費內需**前景及**商機**開發重點

文 / 劉孟俊

中國大陸國家統計局公布2015年全年經濟成長率為6.9%，未能達到預期目標7%，創下自1990年以來最低成長率。在全球經濟與需求不振下，中國大陸經濟成長力道趨緩，已進入所謂「新常態」，並逐漸步入結構調整階段。預期在「十三五規劃」期間，中國大陸需轉化其經濟成長模式，以消費內需部分取代投資和外貿的驅動力。以2015年來看，中國大陸最終消費支出對GDP的貢獻率已達66.4%，較上年提高15.4個百分點，此種以2位數成長的消費力道，在整體經濟趨緩的時期，格外受到矚目。而影響消費力的因素在於人均所得，以2015年全大陸居民人均可支配收入為21,966元人民幣來看，較上年成長8.9%，預期將保持穩定成長速度。在「十三五規劃」綱要中的主要政策目標，亦明確訂定「到2020年國內生產總值和城鄉居民人均收入比2010年翻一番（倍增）」。接下來5年，政策上將更多著重於提升居民收入，藉以進一步帶動消費潛力。

本文擬以「十三五」期間（2016~2020年）中國大陸消費內需發展趨勢為引，說明「十三五規劃」關於提振消費的相關政策，並探討其衍生商機及對台意涵。

## 十三五期間的消費內需成長動能看好

2016年中國大陸邁入「十三五規劃」階段，政

策上特別強調要以改革創新提振內需消費動能，似乎宣告著中國大陸即將進入消費型經濟時代。其中，民衆所得的提高，成為消費動能的根本核心和基礎。由於中國大陸的經濟結構轉型，由製造業轉向服務業，2015年第三產業（服務業）附加價值佔GDP比重為50.5%，已超越第二產業（工業）10個百分點，而服務業在整體消費結構中的比重不斷上升，也形成驅動消費成長的重要因素。尤其近年來服務類商品的消費呈現大幅成長趨勢，包括交通、旅遊、休閒娛樂及飲食，乃至於教育文化等高端消費，在民衆的消費支出結構中均占很高比例。此外，社會保障制度改革，包括養老保險和醫療保險制度的改善，有助於逐步降低居民對於未來的不確定性，減少預防性儲蓄，也進而加強消費意願。

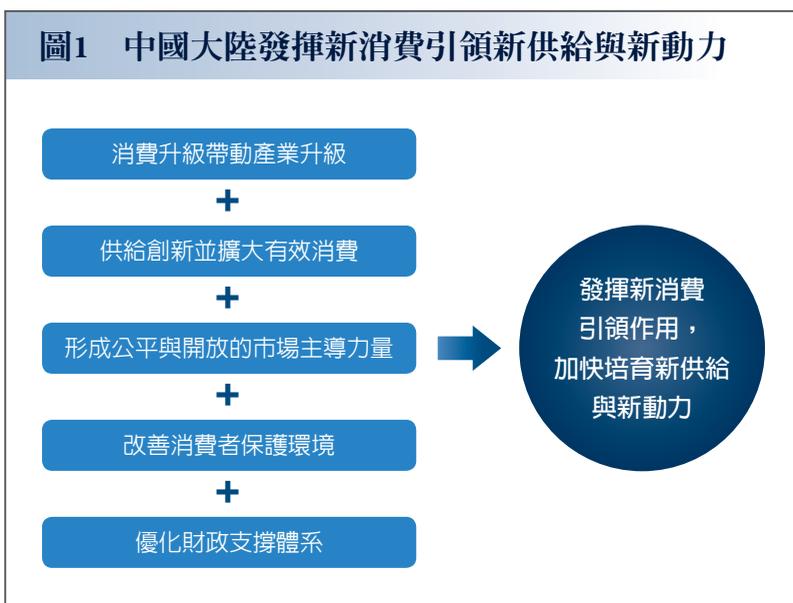
另一方面，中國大陸居民收入提高後，即將引導進入新一波的消費結構調整和升級階段，從購買產品為主的模式，轉向更多服務消費，增加提升生活品質與體驗等開支，如旅遊和休閒娛樂等。預期消費內涵向高端產品升級，具備品質、品牌和個性化特色的商品。

## 「十三五規劃」消費政策內涵

依據中國大陸國務院於2015年11月19日印發《關於積極發揮新消費引領作用加快培育形成新供給

新動力的指導意見》，其內容與政策構想均與後續「十三五規劃」提振消費策略息息相關。簡述其內涵包括（見圖1）：

- 1. 消費升級帶動產業升級：**指出未來消費結構變化，將引領相關產業、基礎設施和公共服務投資的迅速成長。其重點領域包括：服務消費、信息消費、綠色消費、時尚消費、品質消費和農村消費等方面。
- 2. 供給創新並擴大有效消費：**作法包括改造傳統產業，以產業轉型升級需求為導向，著力發展工業設計、節能環保服務、檢驗檢測認證、電子商務、現代流通、市場營銷和售後服務等產業，培育新型服務業態。並適度擴大先進技術設備和日用消費品進口，鼓勵企業加強品質和建立品牌。
- 3. 形成公平與開放的市場主導力量：**方向包括維護市場公平競爭，建立公平開放透明的市場規則。加快



服務業開放，將生產經營類事業轉為企業，創新公共服務供給方式，以及放寬民間和外資的資本市場準入。並以制度創新推動新興產業發展，加快人口城鎮化改革，激發市場內在活力。

- 4. 改善消費者保護環境：**制定和完善重點領域的產業標準及其品質監管，健全消費者權益保護機制，以提升消費者信心，改善市場信用環境。另強化基礎設施網絡，以適應消費模式變化。而農村消費和吸引國際消費亦是政策重點。



2015年全大陸居民人均可支配收入為21,966人民幣，較上年成長8.9%。接下來5年，政策上將更多著重於提升居民收入，藉以進一步帶動消費潛力。

**5. 優化財政支撐體系：**運用財稅支持政策，以加大對新消費相關領域的財政支持力度，例如：逐步提高直接稅比重，中小企業、創新型企業稅收優惠政策和研發費用加計扣除政策。推進醫療、養老等行業營業稅改徵增值稅改革，強化企業對企業（B2B）交易的跨境電子商務零售進口稅收政策等。並完善金融服務，鼓勵金融產品創新，鼓勵保險機構開發更多適合醫療、養老、文化、旅遊等行業和中小企業特色的保險險種。另亦包含優化政府投資、土地、人才利用等政策環境體系。

延續上述，「十三五規劃」綱要關於消費政策的重點作為，首先是增強消費做為拉動經濟的基礎作用，透過改善消費環境，釋放消費潛力；以供給改善和創新來創造消費需求，並實行有利於縮小收入差距的政策，擴大中等收入者比重。其次是增強民衆消費能力，同時提升消費品質，並以擴大服務消費為政策重點。促進消費結構的升級，鼓勵資訊、綠色、時尚、品質等新型消費，促進住房、汽車和健康養老等大宗消費和推動線上線下（online to offline）融合等消費新模式發展。並將積極引導海外消費回流，大力培育拓展消費熱點，以重要旅遊目的地城市為依託，優化免稅店布局，使之發展成為國際消費中心。

近年大陸電子商務成長亮眼，光是2016年1~2月，網路零售額就高達6,361億人民幣，較上年同期成長27.2%。圖為大陸快遞物流公司忙著處理數量驚人的訂購包裹。



## 網路消費漸成重要趨勢

觀察中國大陸近年總體經濟走緩之際，電子商務反有逆勢成長的亮眼表現。根據中國大陸統計局資料顯示，光是2016年1~2月，大陸網路零售額就高達6,361億人民幣，較上年同期成長27.2%。其中，實物商品網路零售額達5,053億人民幣，增長25.4%，占消費零售總額比重的9.5%，漲幅相當驚人。

上述趨勢主要受到中國大陸近年積極推動「互聯網+」政策的推波助瀾，網路交易除了提高了商貿流通的效率，也增加了居民消費的便利性。輔以消費金融創新，均提升了網路消費在實體消費中的重要性，此種消費模式的明顯轉變，促使網路購物已經成為消費新業態。

中國大陸網路消費有二大趨勢值得關注：一是B2C消費比例已超過C2C，顯示消費者對於網路購物的品質、品牌和服務需求日漸提升；二是跨境電商的蓬勃發展<sup>1</sup>。中國大陸2015年全年跨境進口零售電商交易規模達2,063.8億人民幣，擁有60%的高速成長態勢，代表著境內產品未能滿足消費需求，透過網路大量跨境消費海外產品。另也說明，中國大陸消費者

有意願、有能力購買更安全、更高品質、品牌與個性化產品。

此外可關注的是中國大陸人口結構的轉變，由於習慣於網路購物的族群以80後、90後年輕人居多，這些族群成為中國網路購物的消費主力。然而隨著時間過去，90後逐漸進入職場，消費力提升，而80後更已多是社會中堅份子，具有可觀的收入和消費能量，也帶動了整體社會的網路購物趨勢熱潮。

## 中國大陸消費內需商機及對台意涵

彙整前述「十三五規劃」綱要的消費政策重點，展望中國大陸市場商機，大致涵蓋以下幾項重點領域（或趨勢），值得台商關注：

### 1. 市場化和制度化將持續加深

預期「十三五」期間，中國大陸透過全面深化改革，消除各種行政壟斷，強調採取更公平開放透明的市場規則，將持續走向市場化和制度化，建立公平競爭環境，落實商品和要素市場的自由流動。具體而言，在上海、福建、廣東和天津等自貿試驗區所實施的對外資實行准入前國民待遇加負面清單管理，以及剛推出的市場准入負面清單制度<sup>2</sup>。中國大陸正逐步放寬民間資本市場准入，分領域逐步減少並放寬對外資的投資限制，對外資（包括台商）而言，在市場制度更形健全的環境下，可望帶來更多投資保障。

### 2. 服務業成為消費升級的重點領域和方向

在「十三五」消費升級過程中，擴大服務業對外開放與推動消費升級，以發展現代服務業，包括推動生產性服務業為重要關鍵領域。在生產性服務業方面，政策上係透過鼓勵消費之方式，目標在促進產業的升級和提高效率，因此諸如產品製造階段的工業設計等創意產業、產品消費過程中衍生的諮詢服務、法律、會計、保險，乃至於售後服務、檢驗檢測認證、現代物流等均是重點領域，應可成為台商在陸投資布局重要領域。

此外，隨著大陸居民所得提高，高端生活服務業也愈來愈受到重視。包括教育、文化、健康、養老、休閒娛樂等領域，已成為台商轉投資的重要產業。同

時隨著網路及智慧型移動裝置的全面普及，資訊消費將迎來黃金成長階段，並不斷衍生出新型消費模式，促使產業的跨界融合更加快速。

另，「十三五規劃」綱要出現「綠色消費」、「時尚消費」、「品質消費」等詞，突顯其消費升級轉型。「綠色消費」談的是永續經濟的概念，由生態農業、新能源、節能節水、環境保護與污染治理、生態保護與修復等均屬亮點領域。「時尚消費」強調的是個性化和多樣化的消費模式，重視消費者體驗。而「品質消費」要求產品的安全實用外，也要求品味格調，因此對於品牌產品的需求將更趨明顯。台商在陸投資布局，亦應關注此一重要消費趨勢。

### 3. 政策上暢通商品進口管道，跨境電商帶來新消費與新商機

為有效提振境內消費需求，中國大陸正積極引導海外消費回流，作法上以增設進口免稅商店，落實和完善境外旅客購物離境退稅政策，藉以暢通商品進口管道，擴大民眾喜愛的日用消費品進口。同時發展消費信貸，拓展消費金融公司試點至全大陸，將提升中國大陸消費能量。搭配中國大陸跨境電商的快速成長，將對台灣商品拓銷大陸市場有其重要意義。具體而言，台商應掌握大陸新型網路購物之消費屬性，其對於家庭消費、開放二胎後的母嬰商品、科技3C產品及其週邊、家居服裝、汽車用品，乃至於對健康用品、休閒旅遊文化的需求快速提升，兩岸可透過跨境電商之合作，協助我國中小企業或具地方特色的創意產品，以更有效的方式拓展陸方市場。🌐

（本文作者為中華經濟研究院第一研究所研究員兼所長）

- 1 引述自易觀智庫（2016），《中國經濟新常态下的消費升級趨勢與應對——主流消費人群六大標籤與互聯網行業變化分析》。
- 2 中國大陸國家發改委與商務部於2016年4月12日公布《國務院關於實行市場准入負面清單制度的意見》，將從2016年1月起實施，先在天津、廣東、上海與福建等4地展開試辦，預定2018年起在全大陸統一實施這項新制。