

【材料 3-1】中国消费市场规模与发展趋势

中国是世界第二大经济体，有 14 亿多人口的大市场，有 960 万平方公里的国土。中国拥有超大规模市场，拥有全球最大中等收入群体，消费升级方兴未艾，连续多年成为中国经济增长的第一拉动力。中国正处于新型工业化、信息化、城镇化、农业现代化的快速发展阶段，投资需求潜力仍然巨大。展望“十四五”及中长期，受人口结构的变化影响，中国居民储蓄率将开始从高位回落，进而导致投资率逐渐下降、资本形成对经济增长的贡献逐步减弱，而消费率将不断回升，居民最终消费对经济增长的贡献将逐步提升。预计到 2035 年，中国消费市场的总量将超过欧美总量之和，中国将成为全球消费主力。

从消费需求来看，消费结构优化升级。网络消费成为主流，绿色消费诉求日益强化，市场消费需求突出；农村消费市场空间扩大，养老消费市场将逐步占据消费市场；共享消费更加普遍等。从外部需求来看，中国对外贸易增长的要素优势与环境优势将发生深刻变化，货物贸易高速增长时期基本结束，服务贸易进出口将保持较快增长速度，外资外贸将由大量吸引外商直接投资转向大规模对外投资。中国经济发展的稳定性、连续性和开放性使得中国对全球资本要素的集聚能力持续增强，国内消费对经济增长的共享日趋增强，中国市场仍是拉动全球经济增长的重要引擎。

资料来源：尹伟华、肖宏伟，《我国国内市场规模和潜力测算及发展趋势展望》，《中国物价》，2021 年第 7 期，第 25-28 页，内容有改动。