

宏观深度报告 20250704

基于 43 个国家的比较：我国服务消费比重是否偏低？

2025 年 07 月 04 日

证券分析师 芦哲

执业证书：S0600524110003

luzhe@dwzq.com.cn

证券分析师 占烁

执业证书：S0600524120005

zhansh@dwzq.com.cn

证券分析师 李昌萌

执业证书：S0600524120007

lichm@dwzq.com.cn

■ 我们利用 43 个国家和地区 2019 年的消费数据，从自下而上的视角对我国消费结构进行国际比较。数据年份如无特别说明均为 2019 年，关于样本国家和数据的详细说明参考正文第四节附录部分。主要结论如下：

■ 1、我国消费率偏低是服务消费影响吗？我国整体消费率偏低，服务和商品消费都有待提高，并不是商品消费高、服务消费低。2019 年我国居民消费率为 39.3%=服务消费率 21.1%+商品消费率 18.2%，而 43 个国家居民消费率为 55.2%=服务消费率 28.4%+商品消费率 26.8%。我国商品消费率比 43 国平均水平低 8.6 个点，服务消费率比 43 国平均水平低 7.3 个点，都有较大的提升空间。

■ 我国服务消费比重真的低吗？不低。跟人均 GDP 在 2.5 万美元以上的国家相比，我国服务消费比重是偏低的；但跟人均 GDP 在 2.5 万美元以下的国家相比，我国服务消费比重不低。把 43 个国家服务消费比重跟人均 GDP 结合起来看，43 个国家里，有 20 个国家 2019 年人均 GDP 在 2.5 万美元以下，这些国家服务消费比重平均为 46.4%；有 23 个国家人均 GDP 在 2.5 万美元以上，这些国家服务消费比重平均为 56.3%。我国 2019 年人均 GDP 在 1 万美元左右、服务消费比重 53.8%，高于同等发展水平的大部分国家。

■ 2、接下来，我们对服务消费做一个结构比较，主要结论：

■ （1）我国消费偏好更注重基础服务消费，呈现出“重教育不重娱乐、重买房不重租房”的特点，住房、医疗、教育等基础服务是我国服务消费比重较高的主要原因。

■ （2）我国服务消费价格偏低，典型如交通费用。服务价格低的好处是避免了“鲍莫尔病”，教育、医疗、交通等大量基础服务消费，对于低收入者也能负担；坏处是制约了服务消费比重的提高，服务消费额的比重受到价格限制，消费量的比重可能更高。

■ 3、对于具体的服务消费类别，国际比较结果如下：

■ （1）按照消费支出的八大类来看，我国与其他国家消费结构差别不大。八大类消费支出里，我国的结构大多跟国际水平比较一致，这说明各国消费者，无论面临怎样的收入水平和消费环境，消费需求大致是相似的。差别最大的是“其他用品与服务”。我国为 2.4%，43 国平均为 10.6%。但这更多来自于统计差别，一是个人护理的支出，二是金融服务消费支出的差别。

■ （2）居住：我国折算租金和住房维修支出比重高、实际租金占比低。
一是自有住房折算租金，2019 年我国自有住房折算租金占消费比重为 15.1%，43 国平均为 12.5%，其中美国 12%、欧盟 12.4%、日本 16.2%。

■ 二是住房维修服务，我国比重为 3.2%，43 国平均为 0.7%，其中欧盟 27 国为 1.0%，美国日本缺少该项数据。主要原因可能是我国毛坯房交付比例较高，硬装支出远高于国际水平，抬高了整体装修支出。

■ 第三，尽管自有住房折算租金比重高于国际水平，但是我国实际房租占消费比重仅为 1.1%，远低于国际平均 3.7%。这是因为我国租房市场规模低于国际水平，2020 年七普数据显示我国租房家庭占比只有 21.1%，而美国、日本都在三分之一左右。从时间趋势来看，我国实际房租支出受到城镇人口数量影响较大，2023 年后，随着新增城镇人口数量的回升，房租支出占比也在回升。

■ （3）教育：家庭教育支出比重远高于国际平均水平。我国教育支出有 4 个特点：第一，家庭投入远高于其他国家。教育支出占消费比重是

相关研究

《内需延续结构分化，外需保持总量平稳》

2025-06-30

《特朗普《大美丽法案》开始闯关参议院》

2025-06-29

8.4%，43 国平均仅为 1.4%，我国家庭对教育的重视程度超过其他支出，“再穷不能穷教育”。

- **第二，我国教育支出的收入弹性小，属于必选消费。**中国教育支出的收入弹性为 0.3，基本属于不受收入变动影响的必需品，东亚国家里韩国的教育弹性也较小，仅为 0.54，日本较高达到 1.72，另外美国 1.76、巴西 3.9，这些国家教育的支出弹性更大，更接近奢侈品。
- **第三，我国教育支出比重跟家庭收入成反比，收入越低的家庭，教育支出比重越高。**根据北京大学《中国教育财政家庭调查报告（2021）》的数据，收入最靠后的 10% 家庭里，教育支出占总支出比例达到 21.2%，收入最靠前的 10% 家庭这一比重为 8.4%。
- **第四，中国家庭的教育支出主要花费在校内，而非校外培训；不同学段来看，小学阶段校外培训花费较多。**从幼儿园到高中、中职，不同学段的校外培训支出占教育支出比重的平均值只有 12.9%，最高的是小学阶段，占比 26.2%。
- **（4）医疗：我国医疗服务支出占比 6.4%，43 国平均是 2.7%。**跟 43 个样本国家比较，我国排在第二位，最高的是美国，医疗服务支出占消费比重达到 17.6%。美国医疗支出比重较高的原因是医疗服务价格昂贵，我国则是由于医保和商业保险都起步较晚。从世界卫生组织（WHO）统计的各国医疗总支出和私人支出两个指标来看，我国医疗总支出并不高，占居民消费的 13.7%，低于 43 国平均 16.2% 的水平；但我国私人医疗支出占到消费的 6.0%，高于 43 国 4.6% 的水平。
- **（5）交通通信：邮递服务占消费比重高、其他服务占比低。**2019 年我国邮递服务消费比重较高，为 0.3%，43 国平均为 0.1%，这与我国发达的电商网络和快递系统有关，但邮递服务在居民消费中的整体比例普遍较小。通信服务支出比重差距不大，中国为 1.8%，43 国平均为 2.1%。
- **交通服务差距较大，我国支出比重明显低于其他国家。**一是交通费，我国为 1.7%，43 国平均为 2.6%，这与我国较低的交通价格有关，公交、地铁、铁路等出行费用都不高。按照 Numbeo 统计的本地出行单程票价来看，中国是 0.42 美元，43 国平均是 2.19 美元。二是交通工具使用和维修，我国为 1.1%，43 国平均为 6.7%。这可能与汽车保有量有关，我国每千人汽车保有量为 231 辆，43 国平均为 600 辆，更多的汽车保有量也意味着更多的保养维修支出。
- **（6）文娱消费：我国文娱消费比重大幅低于其他国家，不仅是服务消费占比，商品消费比重也明显偏低。**文娱商品消费包括文娱用耐用消费品、其他文娱用品两类，我国文娱耐用消费品消费占比 0.7%，低于 43 国平均 1.7%；其他文娱用品 0.8%，低于 43 国平均 2.6%。服务消费方面，我国文娱服务比重仅为 0.6%，低于 43 国平均 3.4%。
- **但是我国旅游消费占比并不低，2019 年我国旅游消费比重为 1.2%，43 国平均为 1.1%。**
- **（7）餐饮住宿：我国餐饮服务消费占比不低，但住宿服务比重偏低。**2019 年我国餐饮服务占消费比重为 6.4%，43 国平均为 6.6%，大致相当。但我国住宿服务比重明显偏低，在居民消费分类里，住宿服务计入“其他服务”项，而 2019 年其他服务比重只有 1.2%，住宿服务预计低于 1%，相比之下 43 国住宿服务占消费比重达到 2.0%。
- **风险提示：**（1）国际比较在细节上可能存在误差，各国统计制度的差异未能完全反映，如在个人护理、餐饮住宿、金融服务等服务项目统计上差别较大，这不影响我们的整体结论，但可能带来一定的统计差异风险。（2）数据相对滞后，由于 2020-2022 年各国受疫情影响较大，服务消费数据偏差大，2023 年后数据大多还没有更新，2019 年数据较为齐全和稳定，但时间距离较远，可能产生一定偏差风险。（3）国际比较的广度仍有不足，如目前的数据大多是欧洲国家，对亚洲国家的样本覆盖面仍有不足，不能完全排除国际比较带来的结论片面性。

内容目录

1. 总量：我国服务消费水平真的低吗？	5
2. 结构：服务消费的领先与落后	7
2.1. 八大类消费支出结构差别不大	7
2.3. 居住：我国折算租金高、实际租金低	9
2.4. 教育医疗：均高于国际平均水平	10
2.5. 交通通信：邮递服务高、其他服务低	13
2.6. 文娱和餐饮住宿	15
3. 总结：中国服务消费的三个特点	16
4. 附录：数据说明	17
5. 风险提示	17

图表目录

图 1:	两个口径的服务消费比重.....	6
图 2:	两个口径的服务消费增速.....	6
图 3:	2019 年各国家和地区的消费率比较.....	6
图 4:	2019 年各国家和地区的服务消费比重和人均 GDP 的关系.....	7
图 5:	我国服务消费比重并不低（2019 年）.....	7
图 6:	我国的消费结构（2019 年）.....	8
图 7:	43 个国家和地区消费结构（2019 年，平均值）.....	8
图 8:	中国和 43 个国家及地区的居住消费比较（2019 年）.....	9
图 9:	自有住房折算租金比重有所下降.....	10
图 10:	我国精装修比重偏低.....	10
图 11:	实际房租支出比重跟城镇人口增量有关.....	10
图 12:	样本国家教育支出占消费比重（2019 年）.....	11
图 13:	各国教育支出的收入弹性.....	12
图 14:	我国教育支出比重跟家庭收入成反比.....	12
图 15:	我国教育支出里校外培训支出比重并不大.....	12
图 16:	样本国家医疗服务支出占消费比重（2019 年）.....	13
图 17:	各国私人医疗支出和总医疗支出（2019 年）.....	13
图 18:	中国和 43 个国家及地区的交通通信服务消费比较（2019 年）.....	14
图 19:	中国和 43 个国家及地区的单程票价比较.....	14
图 20:	中国和 43 个国家及地区的汽车保有量比较.....	15
图 21:	中国和 43 个国家及地区的文娱消费比较（2019 年）.....	16
表 1:	2019 年服务消费项目比较（占消费比重）.....	16

我们在此前报告中按照自上而下的逻辑，基于 38 个国家的比较数据，对中国消费率进行了拆解和国际比较。通过比较我们发现我国居民消费率低的原因主要是消费倾向低，居民可支配收入比重并不低（《基于 38 个国家的比较：为何我国消费率偏低》）。

接下来，我们将按照自下而上的逻辑，从消费的构成来拆解支出结构，研究我国服务消费是否偏低，如果是，哪些领域偏低。本文所选数据如无特别说明均为 2019 年数据，关于样本国家和数据的详细说明参考第四节附录部分。

1. 总量：我国服务消费水平真的低吗？

总量比较方面，我们选择了有可比数据的 43 个国家进行居民消费的拆解比较，包括欧洲 30 个、亚洲 5 个、北美 3 个、南美洲 3 个、非洲大洋洲各 1 个，除了印度、韩国、中国，其余均来自 OECD 数据库。

当我们做国际比较时，面临的一个挑战是我国的服务消费统计还不完善。今年 3 月，中办国办印发《提振消费专项行动方案¹》指出：“健全服务消费、消费新业态新模式统计监测，加强买方分地区实物商品网上零售额统计，完善全口径消费统计制度”。

我国目前服务消费数据有三个口径。第一个口径是 2018-2022 年统计局曾经公布货物和服务消费比重，2019 年服务消费占比 53.8%。第二个口径是城乡居民一体化调查里的人均服务性消费支出，2019 年服务消费占比是 45.9%。第三个口径是 2023 年 7 月开始公布的服务零售额，从销售者而非消费者的角度统计服务消费，但目前这个指标仅公布累计增速，2025 年前 5 个月累计增速 5.2%。

哪个指标更能反映服务消费的真实情况？我们认为 2019 年服务消费比重 53.8% 可能较为合理。这是因为，人均服务性消费支出的统计里缺少两大类，一是金融中介服务，二是保险服务。原国家统计局副局长许宪春在《中国国内生产总值使用核算研究》一文中指出，“支出法 GDP 中的居民消费支出比住户调查中的居民消费支出多出两个类别，一是金融中介服务，二是保险服务”。而我们用 43 个国家的消费数据发现，在有数据的 35 个国家里，金融和保险服务占消费的比例大致是 5% 左右。因此，宏观的居民服务消费应该明显高于微观调查的 45.9%。

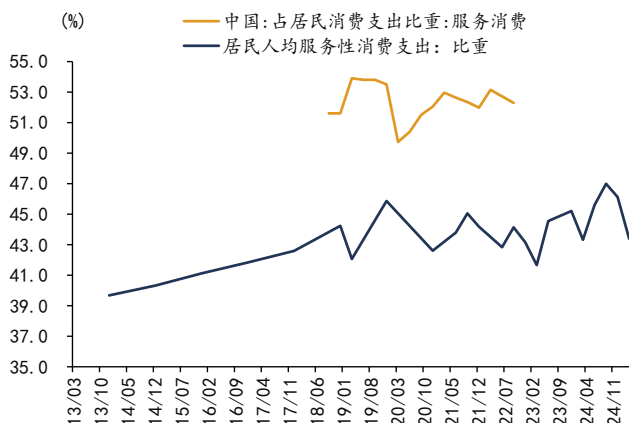
由此，我们得到第一个结论：我国消费率偏低，服务和商品消费都有待提高，并不是商品消费高、服务消费低。2019 年我国居民消费率为 39.3%=服务消费率 21.1%+商品消费率 18.2%²，而 43 个国家居民消费率为 55.2%=服务消费率 28.4%+商品消费率 26.8%。我国商品消费率比 43 国平均水平低 8.6 个点，服务消费率比 43 国平均水平低 7.3 个点，

¹ 中共中央办公厅 国务院办公厅印发《提振消费专项行动方案》 中央有关文件 中国政府网

² 按照 53.8% 的比重，乘以 39.3% 的消费率，服务消费率为 21.1%

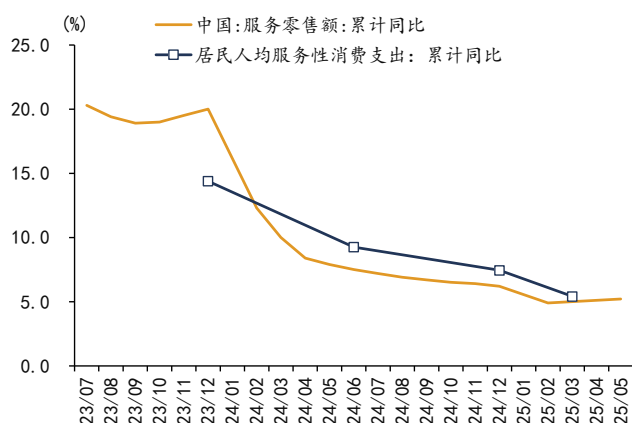
都有较大的提升空间。

图1：两个口径的服务消费比重



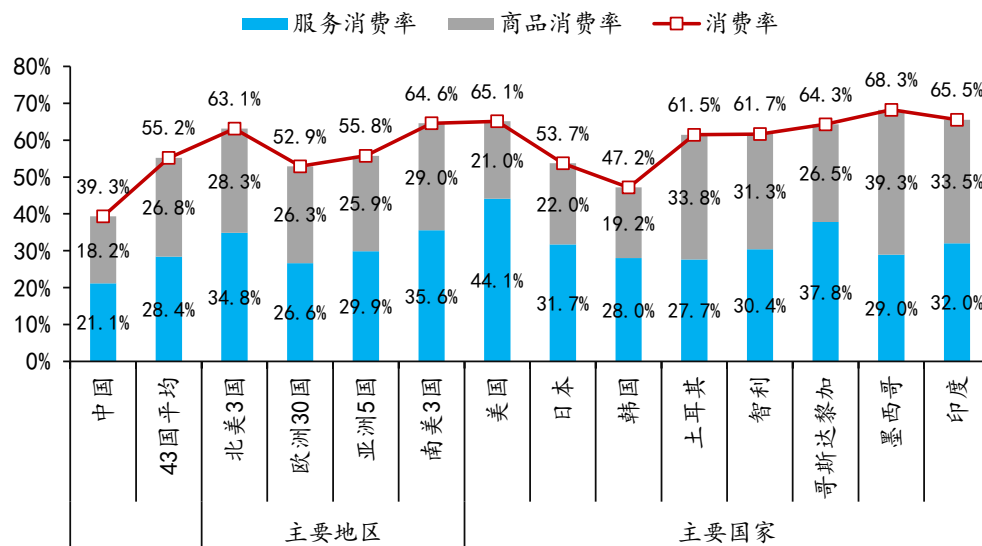
数据来源：Wind，东吴证券研究所

图2：两个口径的服务消费增速



数据来源：Wind，东吴证券研究所

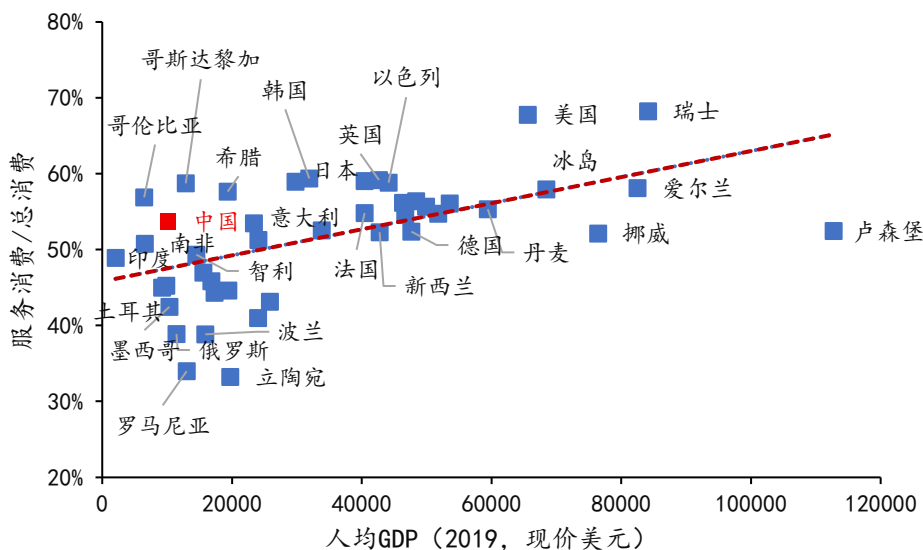
图3：2019年各国家和地区的消费率比较



数据来源：OECD，Wind，东吴证券研究所

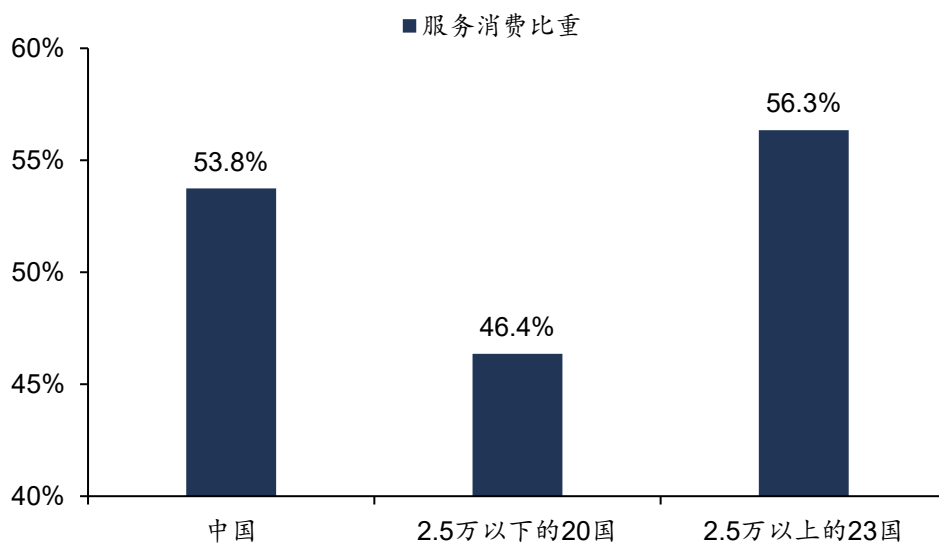
从消费结构来看，我国服务消费比重真的低吗？不低。跟人均 GDP 在 2.5 万美元以上的国家相比，我国服务消费比重是偏低的；但跟人均 GDP 在 2.5 万美元以下的国家相比，我国服务消费比重不低。把 43 个国家服务消费比重跟人均 GDP 结合来看，43 个国家里，有 20 个国家 2019 年人均 GDP 在 2.5 万美元以下，这些国家服务消费比重平均为 46.4%；有 23 个国家人均 GDP 在 2.5 万美元以上，这些国家服务消费比重平均为 56.3%。我国 2019 年人均 GDP 在 1 万美元左右、服务消费比重 53.8%，高于同等发展水平的大部分国家。

图4：2019 年各国家和地区的服务消费比重和人均 GDP 的关系



数据来源：OECD，Wind，东吴证券研究所

图5：我国服务消费比重并不低（2019 年）



数据来源：OECD，Wind，东吴证券研究所；注：图中分类指人均 GDP2.5 万美元以下和以上

2. 结构：服务消费的领先与落后

进一步，我们将中国的服务消费结构与 43 个国家的服务消费结构进行比较，看看我国的服务消费项目哪些强、哪些弱。

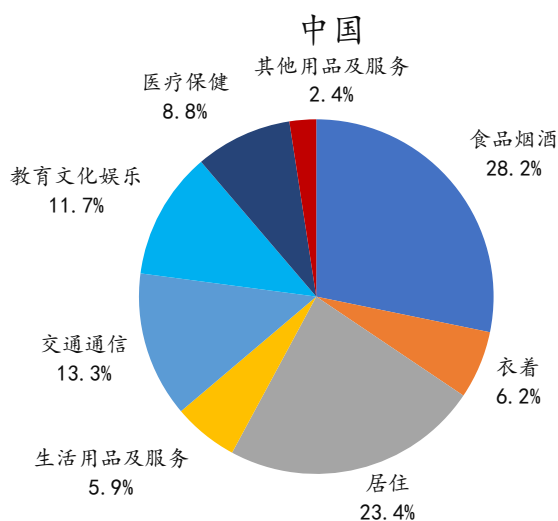
2.1. 八大类消费支出结构差别不大

按照消费支出的八大类来看，我国与其他国家消费结构差别不大。八大类消费支出里，我国的结构大多跟国际水平比较一致，这说明各国消费者，无论面临怎样的收入水平和消费环境，消费需求大致是相似的。

差别最大的是“其他用品与服务”。我国为 2.4%，43 国平均为 10.6%。但这更多来自于统计差别，一是个人护理的支出，国际口径放在“其他用品与服务”项目下，我国放在“生活用品及服务”项目，2019 年个人护理占我国消费支出的 1.2%。

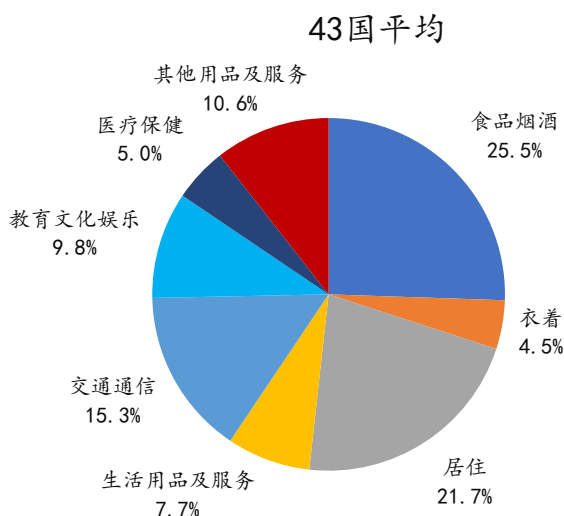
二是金融服务消费支出的差别。43 国金融中介和保险服务占消费比重合计约 5%，计入“其他用品与服务”项目，而我国居民消费调查里没有金融相关支出。

图6: 我国的消费结构（2019 年）



数据来源：Wind，东吴证券研究所

图7: 43 个国家和地区消费结构（2019 年，平均值）



数据来源：OECD，东吴证券研究所

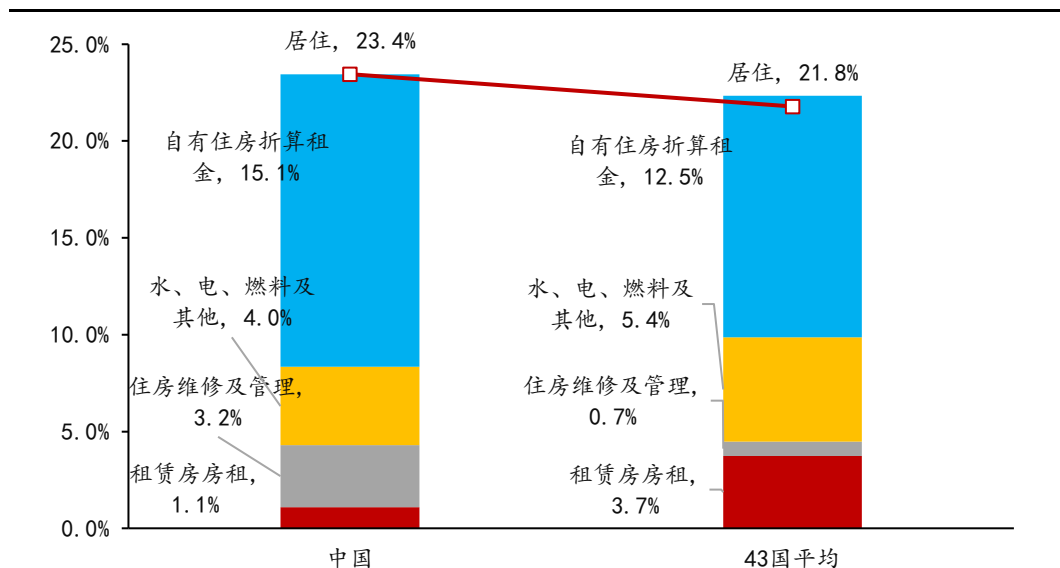
2.3. 居住：我国折算租金高、实际租金低

我国居住服务里大多项目占比都高于国际平均水平。一是自有住房折算租金，2019 年我国自有住房折算租金占消费比重为 15.1%，43 国平均为 12.5%，其中美国 12%、欧盟 12.4%、日本 16.2%。

自有住房折算租金占消费比重一般受房价收入比影响较大。住房作为一种市场化资产，据此产生的住房服务应在生产范围内，作为自给性生产活动，由房主消费，计入 GDP。不同国家对自有住房服务计入 GDP 的核算方式不同，有市场租金法和建造成本法两种。国际惯例是，租房市场发达国家用市场租金作为自有住房的虚拟价值，而租房市场不发达国家用建造成本作为虚拟价值。我国自有住房消费实际上存在宏观和微观两种核算方式，宏观是按照成本法核算城镇自有住房消费，直到“五经普”才改为市场租金法，微观住户调查是按照市场租金法核算自有住房消费。

随着房地产市场下行，近几年自有住房折算租金的比重有所下降，2023 年降至 14.1%。

图8：中国和 43 个国家及地区的居住消费比较（2019 年）



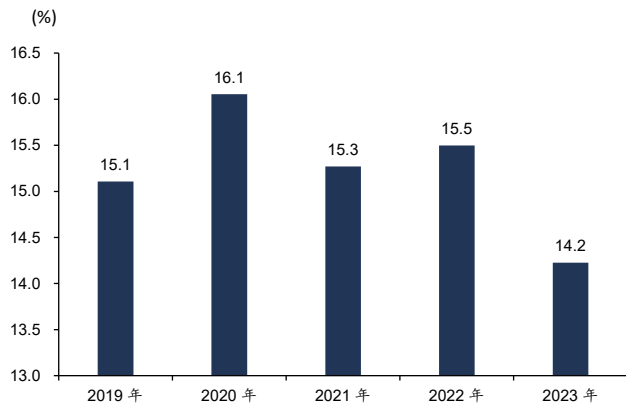
数据来源：OECD，东吴证券研究所

二是住房维修服务，我国比重为 3.2%，43 国平均为 0.7%，其中欧盟 27 国为 1.0%，美国日本缺少该项数据。我国住房维修服务消费比重远高于国际平均水平，主要原因可能是毛坯房交付比例高，硬装支出远高于国际水平，抬高了整体装修支出。根据奥维云网发布的《2024 年中国房地产精装修市场蓝皮书》，过去几年我国精装项目渗透率长期在 30-40%之间，低于国际水平。

尽管自有住房折算租金占比高于国际水平，但是我国租赁房房租占消费比重仅为 1.1%，远低于国际平均 3.7%。这是因为我国租房市场规模远低于国际水平，2020 年七普数据显示我国租房家庭占比只有 21.1%，而美国、日本都在三分之一左右。从时间趋

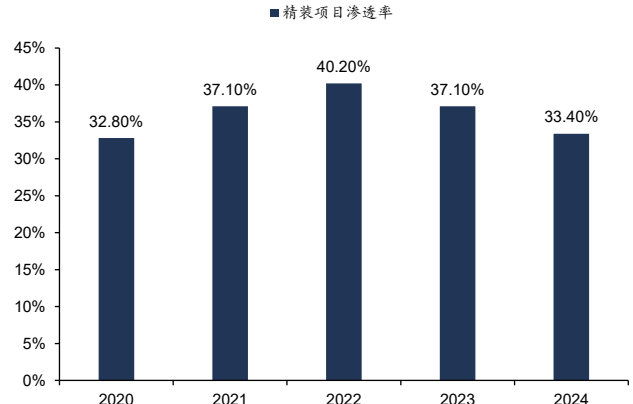
势来看，我国实际房租支出受到城镇人口数量影响较大，2023 年后，随着新增城镇人口数量的回升，房租支出占比也在回升。

图9：自有住房折算租金比重有所下降



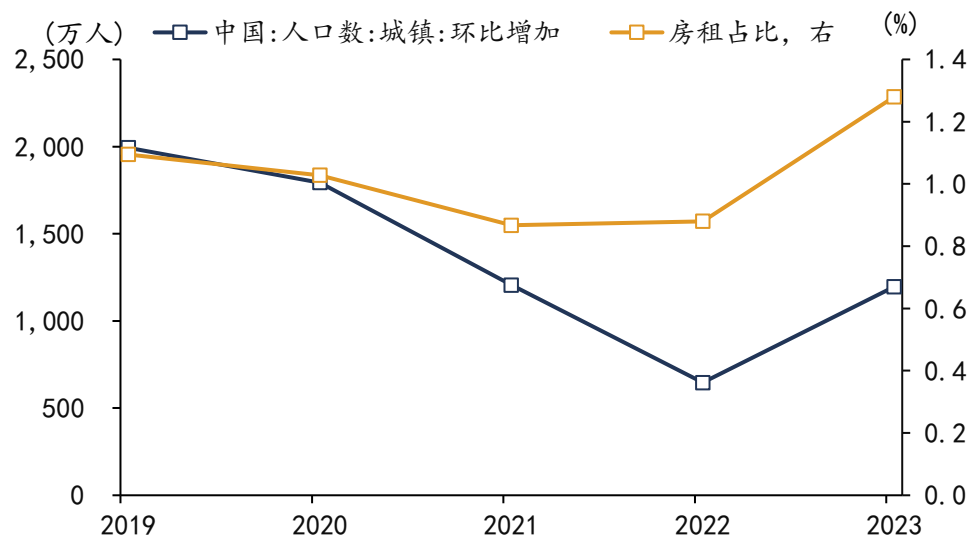
数据来源：国家统计局，东吴证券研究所

图10：我国精装修比重偏低



数据来源：奥维云网，东吴证券研究所

图11：实际房租支出比重跟城镇人口增量有关



数据来源：Wind，东吴证券研究所

2.4. 教育医疗：均高于国际平均水平

我国教育支出和医疗服务支出比重都远高于国际水平。

我国教育支出有 4 个特点：第一，家庭投入远高于其他国家。教育支出占消费比重是 8.4%，43 国平均仅为 1.4%，我国家庭对教育的重视程度超过其他支出，“再穷不能穷教育”。

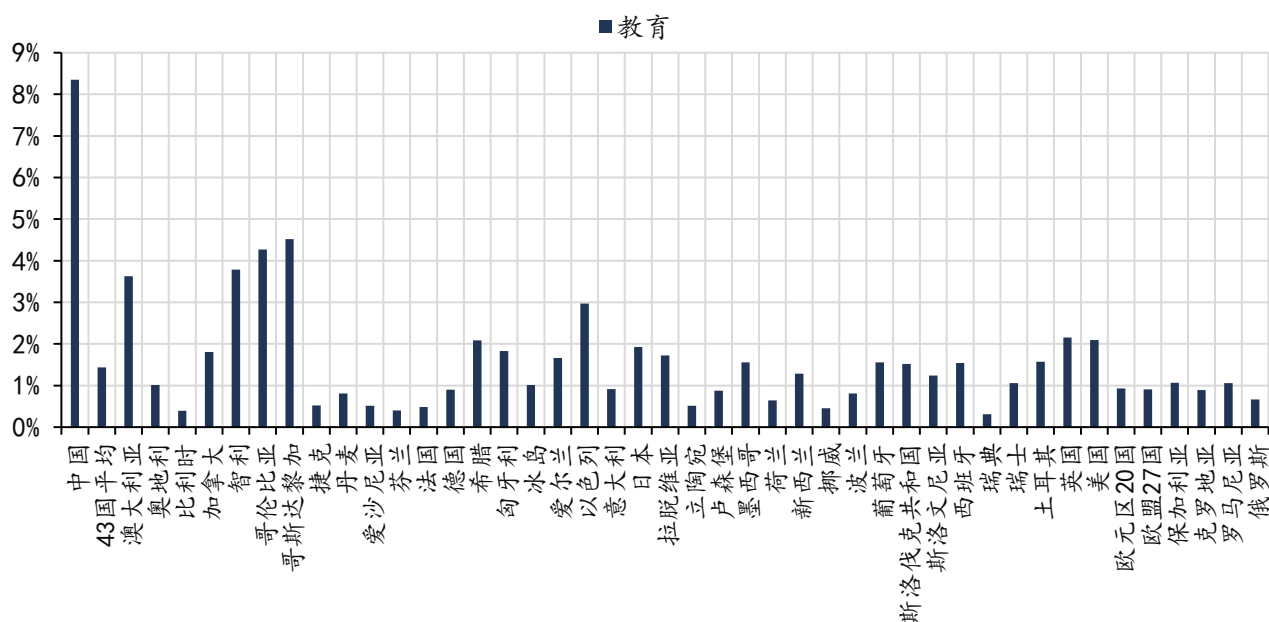
第二，我国教育支出的收入弹性小，属于必选消费。中国教育支出的收入弹性为 0.3，

基本属于不受收入变动影响的必需品，东亚国家里韩国的教育弹性也较小，仅为 0.54，日本较高达到 1.72，另外美国 1.76、巴西 3.9，这些国家教育的支出弹性更大，更接近奢侈品。

第三,我国教育支出比重跟家庭收入成反比,收入越低的家庭,教育支出比重越高。根据北京大学《中国教育财政家庭调查报告(2021)》的数据,收入最靠后的10%家庭里,教育支出占总支出比例达到21.2%,收入最靠前的10%家庭这一比重为8.4%。

第四，中国家庭的教育支出主要花费在校内，而非校外培训；不同学段来看，小学阶段校外培训花费较多。从幼儿园到高中、中职，不同学段的校外培训支出占教育支出比重的平均值只有 12.9%，最高的是小学阶段，占比 26.2%。

图12: 样本国家教育支出占消费比重 (2019 年)



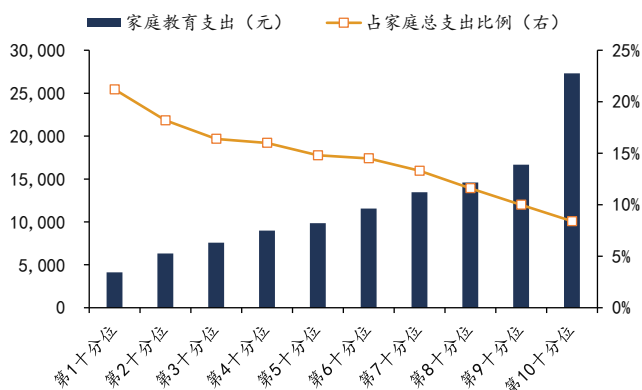
数据来源：OECD，Wind，东吴证券研究所

图13: 各国教育支出的收入弹性



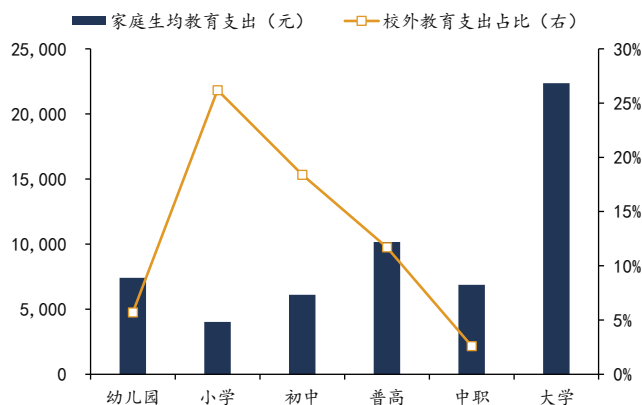
数据来源: The Burden of Education Costs in China: A Struggle for All, but Heavier for Lower-Income Families, 东吴证券研究所

图14: 我国教育支出比重跟家庭收入成反比



数据来源: 北京大学, 东吴证券研究所

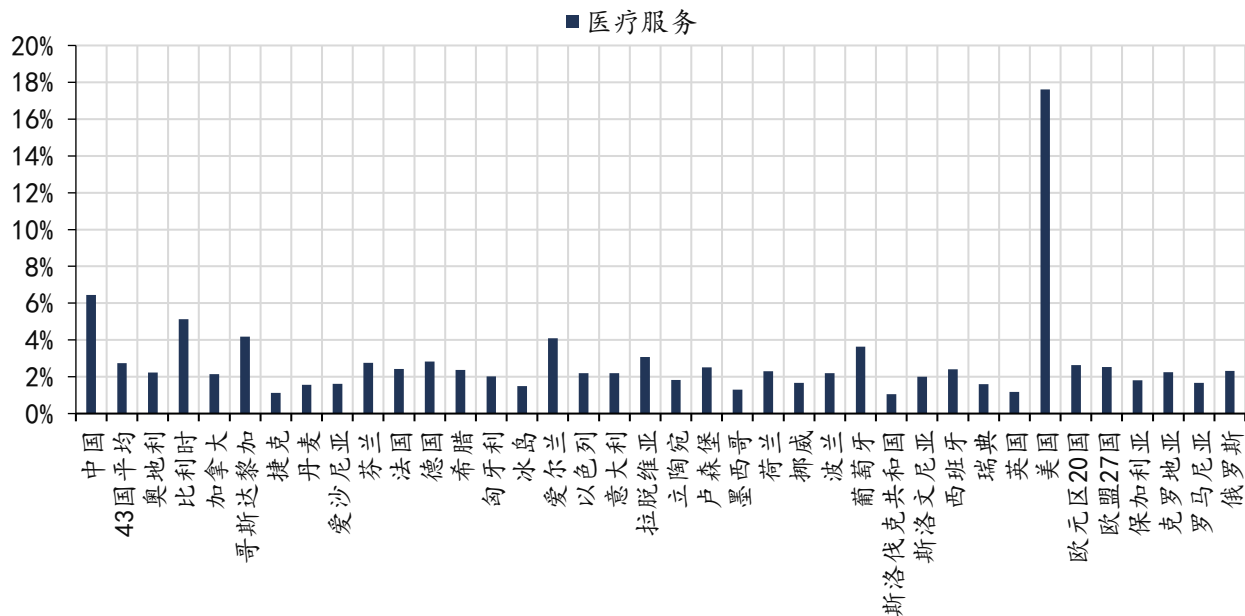
图15: 我国教育支出里校外培训支出比重并不大



数据来源: 北京大学, 东吴证券研究所

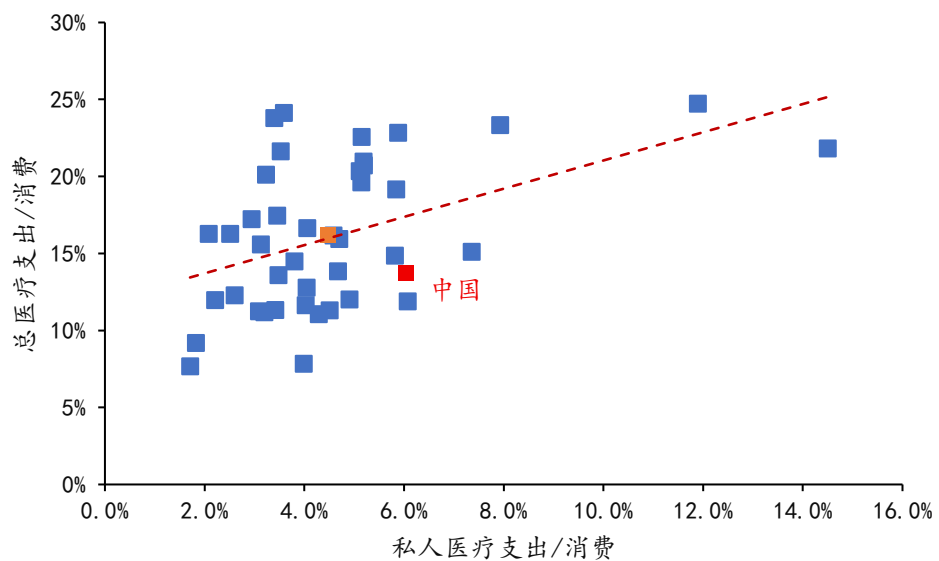
我国医疗服务支出占比6.4%，43国平均是2.7%。跟43个样本国家比较，我国排在第二位，最高的是美国，医疗服务支出占消费比重达到17.6%。美国医疗支出比重较高的原因是医疗服务价格昂贵，我国则是由于医保和商业保险都起步较晚。从世卫组织（WHO）统计的各国医疗总支出和私人支出两个指标来看，我国医疗总支出并不高，占居民消费的13.7%，低于43国平均16.2%的水平；但我国私人医疗支出占到消费的6.0%，高于43国4.6%的水平。医疗总支出低、私人支出高，背后的原因是我国医保体系和商业医疗保险都起步相对较晚，距离国际水平还有一定差距。

图16: 样本国家医疗服务支出占消费比重 (2019 年)



数据来源: OECD, Wind, 东吴证券研究所

图17: 各国私人医疗支出和总医疗支出 (2019 年)



数据来源: WHO, 东吴证券研究所

2.5. 交通通信: 邮递服务高、其他服务低

交通通信下面有 4 个服务科目, 我国合计是 4.9%, 43 国平均是 11.5%。

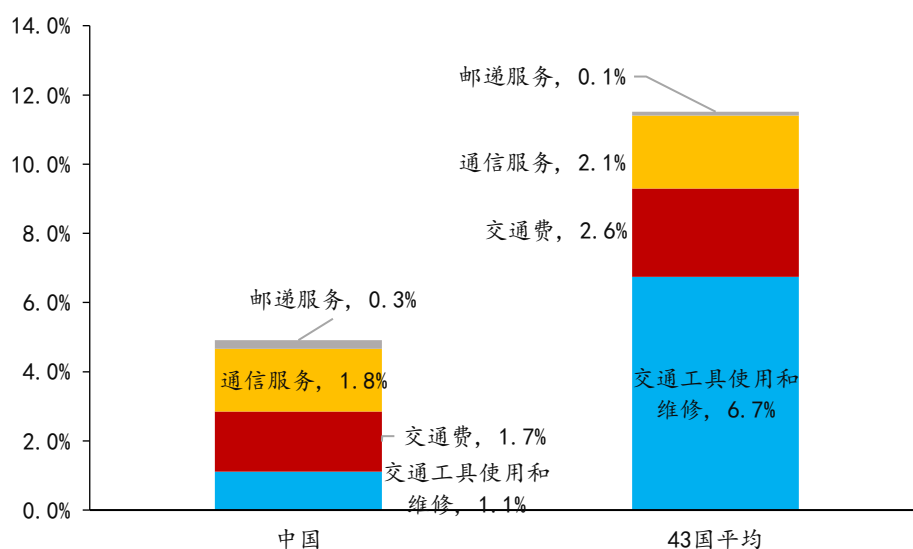
具体来看, 我国邮递服务消费比重较高, 为 0.3%, 43 国平均为 0.1%, 这与我国发达的电商网络和快递系统有关, 但邮递服务在居民消费中的整体比例普遍较小。

通信服务支出比重差距不大, 中国为 1.8%, 43 国平均为 2.1%。

交通服务差距较大，我国支出比重明显低于其他国家。一是交通费，即各种公共交通、铁路、航空的消费，我国为 1.7%，43 国平均为 2.6%，这与我国较低的交通价格有关，公交、地铁、铁路等出行费用都不高。按照 Numbeo 统计的本地出行单程票价来看，中国是 0.42 美元，43 国平均是 2.19 美元。

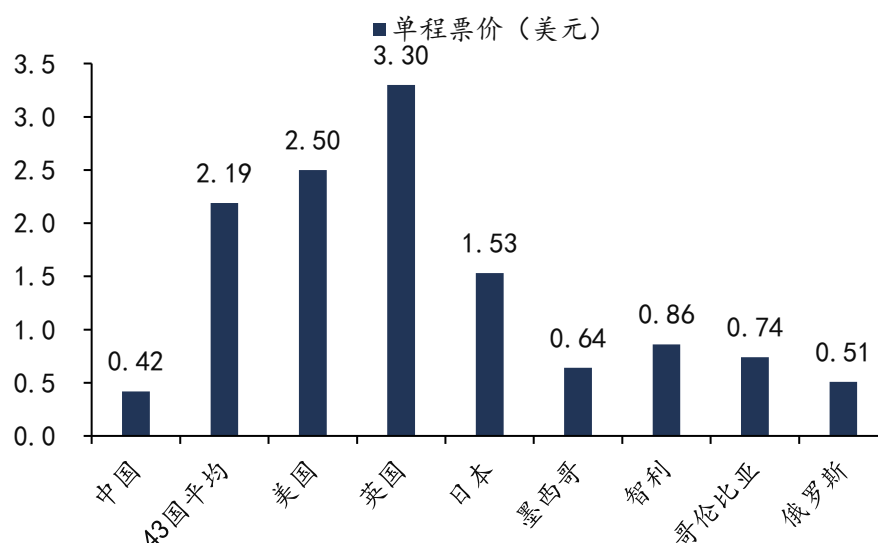
二是交通工具使用和维修，我国为 1.1%，43 国平均为 6.7%。这可能与汽车保有量有关，我国每千人汽车保有量为 231 辆，43 国平均为 600 辆，更多的汽车保有量也意味着更多的保养维修支出。

图18：中国和 43 个国家及地区的交通通信服务消费比较（2019 年）



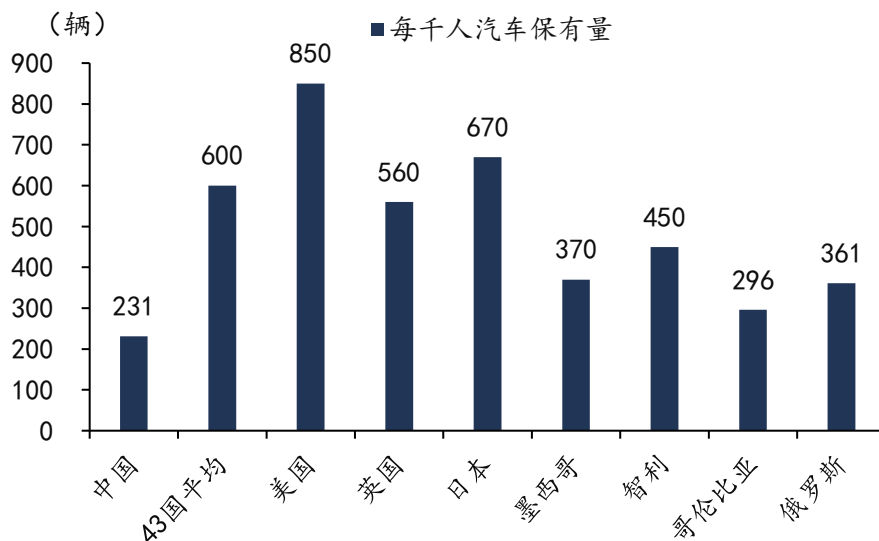
数据来源：OECD，东吴证券研究所

图19：中国和 43 个国家及地区的单程票价比较



数据来源：Numbeo，东吴证券研究所

图20：中国和 43 个国家及地区的汽车保有量比较



数据来源：world population review，东吴证券研究所；注：国际可比数据，大部分国家为 2022-2024 年数据

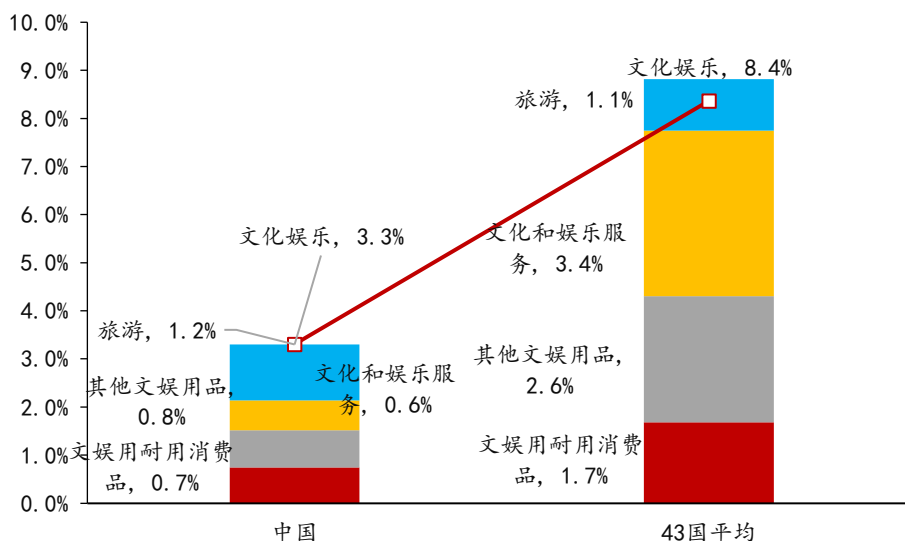
2.6. 文娱和餐饮住宿

我国文娱消费占比大幅低于其他国家，不仅是服务消费，商品消费占比也明显偏低。文娱商品消费包括文娱用耐用消费品、其他文娱用品两类，我国文娱耐用用品消费占比 0.7%，低于 43 国平均 1.7%；其他文娱用品 0.8%，低于 43 国平均 2.6%。服务消费方面，我国文娱服务比重仅为 0.6%，低于 43 国平均 3.4%。

但是我国旅游消费占比并不低，2019 年我国旅游消费比重为 1.2%，43 国平均为 1.1%。

最后是餐饮住宿，我国餐饮服务占比不低，但住宿服务占比偏低。2019 年我国餐饮服务占消费比重为 6.4%，43 国平均为 6.6%，大致相当。但我国住宿服务比重明显偏低，在居民消费分类里，住宿服务计入“其他服务”项，而 2019 年其他服务比重只有 1.2%，住宿服务预计低于 1%，相比之下 43 国住宿服务占消费比重达到 2.0%。

图21：中国和43个国家及地区的文娱消费比较（2019年）



数据来源：OECD，东吴证券研究所

3. 总结：中国服务消费的三个特点

综合上述国际比较来看，中国服务消费有三个特点：

一是服务消费在消费结构里的比重不低。我国2019年人均GDP在1万美元左右、服务消费比重53.8%，高于同等发展水平的大部分国家。

二是消费偏好更注重基础服务消费，呈现出“重教育不重娱乐、重买房不重租房”的特点，住房、医疗、教育等基础服务是我国服务消费比重较高的主要原因。

三是服务消费价格偏低，典型如交通费用。服务价格低的好处是避免了“鲍莫尔病”，教育、医疗、交通等大量基础服务消费，对于低收入者也能负担；坏处是制约了服务消费比重的提高，服务消费额的比重受到价格限制，消费量的比重可能更高。

表1：2019年服务消费项目比较（占消费比重）

强消费项目	中国	43国平均	弱消费项目	中国	43国平均
住房维修及管理	3.2%	0.7%	租赁房房租	1.1%	3.7%
自有住房折算租金	15.1%	12.5%	交通工具使用和维修	1.1%	6.7%
邮递服务	0.3%	0.1%	交通费	1.7%	2.6%
教育	8.4%	1.4%	文化和娱乐服务	0.6%	3.4%
医疗服务	6.4%	2.7%			
合计	33.4%	17.5%	合计	4.6%	16.5%

数据来源：Wind，OECD，东吴证券研究所

4. 附录：数据说明

中国的消费结构数据来自国家统计局的《住户调查统计年鉴》，交通、教育文娱两个类别涉及细分项目数据，是利用统计局公布的 CPI 数据测算权重得到，测算所用的样本数据时间是 2016-2023 年。

国际比较的数据来自于 OECD，总量和结构数据样本有所不同。总量数据是指商品消费和服务消费两个大类占比，除了印度、韩国来自于 CEIC，其余均来自 OECD 数据库。结构比较是后面的具体类别消费支出比较，都来自于 OECD 数据库。总量比较的 43 个样本国家包括欧洲 30 个、亚洲 5 个、北美 3 个、中南美洲 3 个、非洲大洋洲各 1 个。结构比较的 43 个样本国家和地区包括欧洲 30 个、亚洲 3 个、北美 3 个、中南美洲 3 个、大洋洲 2 个、集合地区 2 个（欧元区 and 欧盟）。在具体结构比较时，并非 43 个国家和地区数据都是完整的，部分品类存在数据不全的问题，如 43 个国家和地区里只有 37 个国家有实际房租数据，这些我们都取简单平均。

由于涉及消费结构比较，我们这里选择 2019 年数据，这是因为 2020 年-2022 年各国服务消费普遍受到疫情影响，消费结构不具有代表性，而 2023 年后的数据样本较少，2019 年数据相对稳定且全面。

5. 风险提示

（1）国际比较在细节上可能存在误差，比如各国统计制度的差异未能完全反映，如在个人护理、餐饮住宿、金融服务等服务项目统计上差别较大，这不影响我们的结论，但可能带来一定的统计差异风险。（2）数据相对滞后，由于 2020-2022 年各国受疫情影响较大，服务消费数据偏差大，2023 年后数据大多还没有更新，2019 年数据较为齐全和稳定，但终究距离较远，可能产生一定偏差风险。（3）国际比较的广度仍有不足，如目前的数据大多是欧洲国家，对亚洲国家的样本覆盖面仍有不足，不能完全排除国际比较带来的结论片面性。

免责声明

东吴证券股份有限公司经中国证券监督管理委员会批准，已具备证券投资咨询业务资格。

本研究报告仅供东吴证券股份有限公司（以下简称“本公司”）的客户使用。本公司不会因接收人收到本报告而视其为客户。在任何情况下，本报告中的信息或所表述的意见并不构成对任何人的投资建议，本公司及作者不对任何人因使用本报告中的内容所导致的任何后果负任何责任。任何形式的分享证券投资收益或者分担证券投资损失的书面或口头承诺均为无效。

在法律许可的情况下，东吴证券及其所属关联机构可能会持有报告中提到的公司所发行的证券并进行交易，还可能为这些公司提供投资银行服务或其他服务。

市场有风险，投资需谨慎。本报告是基于本公司分析师认为可靠且已公开的信息，本公司力求但不保证这些信息的准确性和完整性，也不保证文中观点或陈述不会发生任何变更，在不同时期，本公司可发出与本报告所载资料、意见及推测不一致的报告。

本报告的版权归本公司所有，未经书面许可，任何机构和个人不得以任何形式翻版、复制和发布。经授权刊载、转发本报告或者摘要的，应当注明出处为东吴证券研究所，并注明本报告发布人和发布日期，提示使用本报告的风险，且不得对本报告进行有悖原意的引用、删节和修改。未经授权或未按要求刊载、转发本报告的，应当承担相应的法律责任。本公司将保留向其追究法律责任的权利。

东吴证券投资评级标准

投资评级基于分析师对报告发布日后 6 至 12 个月内行业或公司回报潜力相对基准表现的预期（A 股市场基准为沪深 300 指数，香港市场基准为恒生指数，美国市场基准为标普 500 指数，新三板基准指数为三板成指（针对协议转让标的）或三板做市指数（针对做市转让标的），北交所基准指数为北证 50 指数），具体如下：

公司投资评级：

买入：预期未来 6 个月个股涨跌幅相对基准在 15%以上；

增持：预期未来 6 个月个股涨跌幅相对基准介于 5%与 15%之间；

中性：预期未来 6 个月个股涨跌幅相对基准介于-5%与 5%之间；

减持：预期未来 6 个月个股涨跌幅相对基准介于-15%与-5%之间；

卖出：预期未来 6 个月个股涨跌幅相对基准在-15%以下。

行业投资评级：

增持：预期未来 6 个月内，行业指数相对强于基准 5%以上；

中性：预期未来 6 个月内，行业指数相对基准-5%与 5%；

减持：预期未来 6 个月内，行业指数相对弱于基准 5%以上。

我们在此提醒您，不同证券研究机构采用不同的评级术语及评级标准。我们采用的是相对评级体系，表示投资的相对比重建议。投资者买入或者卖出证券的决定应当充分考虑自身特定状况，如具体投资目的、财务状况以及特定需求等，并完整理解和使用本报告内容，不应视本报告为做出投资决策的唯一因素。

东吴证券研究所
苏州工业园区星阳街 5 号

邮政编码：215021

传真：（0512）62938527

公司网址：<http://www.dwzq.com.cn>