

提高消费率：“口径”的意义

2025 年 11 月 08 日

➤ **“十五五”更好观测居民消费率的重要一步——完善消费统计口径。**在提高“消费能力”和改善“消费意愿”之前，可能还有一个更加重要的步骤，**完善消费的统计口径**。伴随着消费统计口径的完善，更多消费项目（尤其是服务消费）可以被计入统计范畴，不仅意味着消费规模可能会迎来修正扩张，也更有助于“查漏补缺”、明确政策发力的方向。

➤ **站在“和自己比”的角度：近几年，我国其实已经逐步开始在消费统计上“查漏补缺”。**比较典型的是 2023 年 8 月统计局首次发布服务零售额数据；同时今年政府工作报告在“实施提振消费专项行动”，首次提出“完善全口径消费统计制度”。

➤ **如何进一步完善消费统计口径，“和别人比”是很重要的切入角度：**不过通过比较中美两国的消费数据口径，我们还是能“挤”出不少海外消费数据的“水分”，以及发现一些有趣的问题。

➤ **首先，其实价格问题很重要，美国消费率存在“价格优势”。**直接从消费率（消费/GDP）入手，我们可以比较中美在 CPI 和 GDP 平减指数上的差异，相较于“分母端”的 GDP 平减指数，美国在“分子端”的 CPI 更有优势；或者换一种说法，和中国整体的价格水平相比，中国居民消费端的价格相较美国是偏低的。

➤ **其次，服务消费成为拉开中国与发达经济体消费差距的一大“瓶颈”。**我国居民服务消费占消费支出低于美国，这一差距不仅仅反映了我国服务消费市场发展尚不成熟，也揭示了现行统计体系可能带来的衡量偏差、未能完全捕捉我国实际消费活力。具体来看：

➤ **一是对于金融服务和保险的统计不足。**我国仅将银行及其他金融机构的服务费支出计入“其他服务”项目，导致我国服务消费中金融服务和保险的规模相对偏低。

➤ **二是服务消费统计口径更窄，尤其是忽略了公共服务补贴带来的深远影响。**我国现行核算体系只统计了住户部门最终消费支出，统计口径相对狭窄，影响数据的国际可比性。比如我国统计到的居民服务消费金额、远低于居民实际享受到的服务价值，直接影响数据的可比性与真实性。

➤ **三是在自有住房服务价值的统计上，经历了从“核算方法”到“市场环境”的双重挑战。**我国在 2023 年前对自有住房服务消费采用“折旧成本法”核算，该方法仅反映房屋自身价值损耗，未能充分体现住房的实时使用价值，客观上造成了 2023 年前中国服务消费规模的低估。不过自 2023 年调整为国际通行的“虚拟租金法”后，按市场价格衡量自由住房租金，可以修正居民实际享有的住房服务价值。

当然，除了核算方法需要一个过渡的过程外，**我国地产市场还面临供需不平衡、租金偏低等问题，这也成为我国自有住房服务消费偏低的重要原因。**

➤ 总结而言，完善消费的统计口径、做好国际接轨，对于“十五五”很重要：不仅能更好地展现居民消费水平的“全貌”，展现我国居民消费率的真实水平；同时能让地方政府在刺激消费的具体工作中有更灵活和全面的抓手。

➤ **风险提示：**服务消费细项数据统计与实际存在偏差；“十五五”时期完善消费统计制度进度与预期不一致的风险；“十五五”时期提升居民消费率进度不及预期的风险。


分析师 陶川

执业证书：S0100524060005

邮箱：taochuan@glms.com.cn

分析师 邵翔

执业证书：S0100524080007

邮箱：shaoliang@glms.com.cn

分析师 钟渝梅

执业证书：S0100525070001

邮箱：zhongyumei@glms.com.cn

相关研究

1. 2025 年 10 月贸易点评：10 月出口同比转负，需要担心吗？-2025/11/07
2. 贸易跟踪系列：出口超预期：“最热”非洲有何玄机？-2025/11/07
3. 海外市场点评：市场下跌赖流动性吗？-2025/11/05
4. 海外市场点评：美元第二次尝试破 100，有何不同？-2025/11/04
5. 海外市场点评：特朗普施压 FOMC 的“三板斧”-2025/11/03

目录

1 为何要完善消费统计口径?	3
2 “和自己比”: 小荷才露尖尖角	3
3 “和别人比”: “挤一挤” 别国数据的“水分”	4
4 完善消费统计口径的必要性几何?	9
5 风险提示	10
插图目录	11

1 为何要完善消费统计口径？

“十五五”更好观测居民消费率的重要一步——完善消费统计口径。在上一篇报告《提高消费率：愿景路径各几何？》中，我们初步梳理了“提高消费率”的两个思路——提高“消费能力”和改善“消费意愿”，**其实在此之前，可能还有一个更加重要的步骤，完善消费的统计口径。**伴随着消费统计口径的完善，更多消费项目（尤其是服务消费）可以被计入统计范畴，不仅意味着消费规模可能会迎来修正扩张，也更有助于“查漏补缺”、明确政策发力的方向，

这不仅仅意味着数据本身规模扩张或者水平上升，也更有助于“查漏补缺”、明确政策发力的方向。

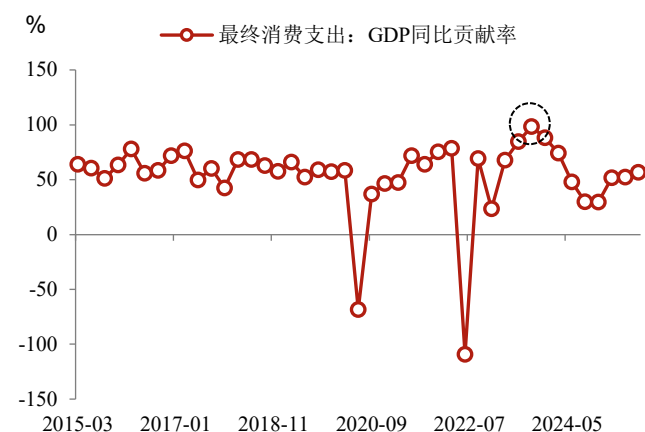
我们可以从两个角度来看这个问题：“和自己比”，以及“和别人比”。

2 “和自己比”：小荷才露尖尖角

站在“和自己比”的角度：

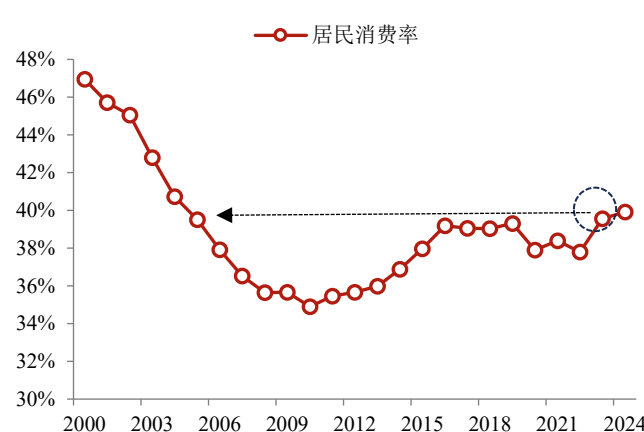
近几年，我国其实已经逐步开始在消费统计上“查漏补缺”。比较典型的是**2023年8月统计局首次发布服务零售额数据**，主要统计的是以货币形式销售的、用于消费的服务价值，意在“开展贸经统计方法制度改革，拓展消费统计的范围”。比较巧合的是，**2023年第三季度最终消费对当季GDP的贡献率创下有统计以来的最高值**，同样居民消费率也在创下2005年以来的新高。

图1：2023Q3 消费支出对 GDP 贡献率创下新高



资料来源：iFind，民生证券研究院

图2：2023 年我国居民消费率大幅回升



资料来源：iFind，民生证券研究院

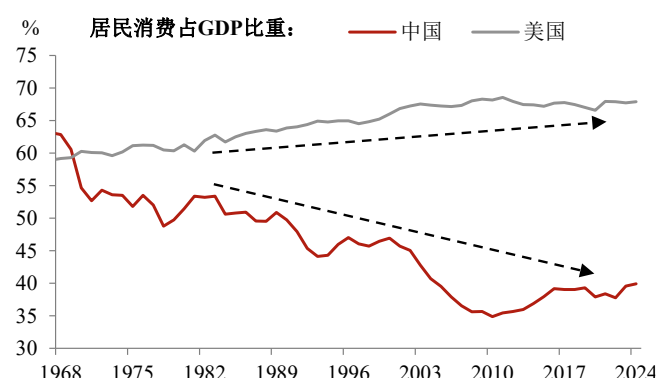
而今年政府工作报告在“实施提振消费专项行动”，首次提出“完善全口径消费统计制度”。这一设计背后既是对传统统计体系的革新，更是为了识别消费领域中的亮点和薄弱环节，从而提高消费领域政策的针对性和精准度。只有这样，政府在提振消费的时候才不会局限于汽车、餐饮等内容，而是拥有更多的抓手。

3 “和别人比”：“挤一挤”别国数据的“水分”

如何进一步完善消费统计口径，“和别人比”是很重要的切入角度：

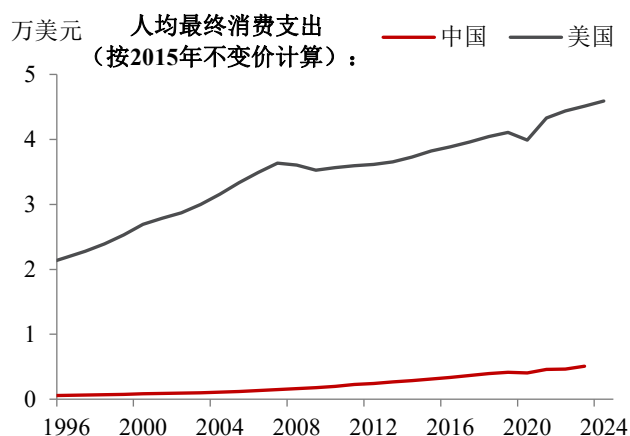
普遍观点认为，与发达经济体相比，我国消费水平存在显著差距——以“消费大国”美国为例，其居民消费率不断拉大与我国的差距，人均消费支出约是我国的10倍。不过通过比较两国的消费“口径”，我们还是能“挤出不少水分”，以及发现一些有趣的问题：

图3：中美居民消费比重差距被逐渐拉大



资料来源：iFind，民生证券研究院

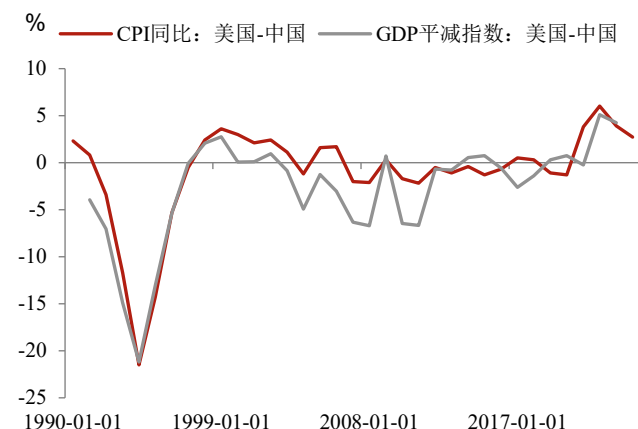
图4：美国居民人均消费支出约是中国的10倍



资料来源：World Bank，民生证券研究院

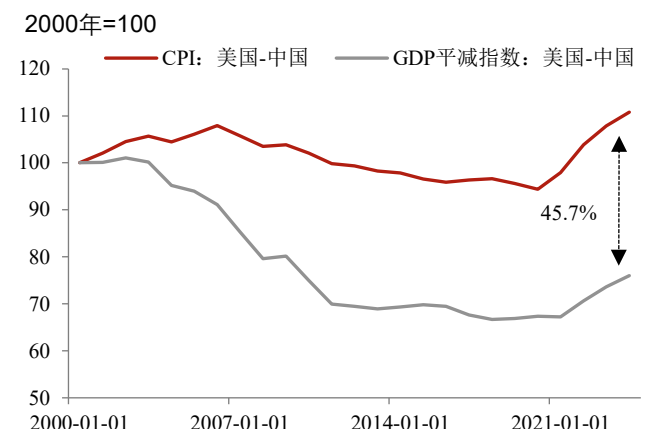
首先，其实价格问题很重要，美国消费率存在“价格优势”。直接从消费率（消费/GDP）入手，我们可以比较中美在CPI和GDP平减指数上的差异，相较于“分母端”的GDP平减指数，美国在“分子端”的CPI更有优势；或者换一种说法，和中国整体的价格水平相比，中国居民消费端的价格相较美国是偏低的。

图5：美国在 CPI 上的相对优势上更加明显



资料来源：iFind，民生证券研究院

图6：累计来看，价格因素对于消费率的影响是不小的



资料来源：iFind，民生证券研究院

注：上图计算的是以2000年为基期，中美之间在CPI和GDP平减指数层面的累计差异。

从一篮子对比数据（已统一换算为人民币）也可以看出，**美国在餐饮、交通、公用事业等日常消费领域的价格水平显著高于国内**。这种价格差异意味着，即便消费数量相同，以金额统计的消费规模也会被显著放大。因此，在对比中美消费数据时，必须考虑物价水平的巨大差异。

图7：美国的“高物价”易对居民消费规模形成高估

比较项目	洛杉矶 Los Angeles	芝加哥 Chicago	上海 Shanghai	重庆 Chongqing
Restaurants / 餐厅				
在便宜的餐厅用餐	¥178.1	¥147.8	¥30.0	¥20.0
中档餐厅两人餐（三道菜，不含饮料）	¥712.4	¥712.4	¥250.0	¥150.0
麦当劳快餐（或同等套餐）	¥88.2	¥85.5	¥40.0	¥35.0
国产啤酒（0.5升散装）	¥57.0	¥49.9	¥8.0	¥8.0
卡布奇诺咖啡（普通大小杯）	¥40.9	¥39.3	¥22.5	¥17.4
水（0.33升瓶装）	¥16.4	¥16.8	¥2.3	¥2.0
Markets / 市场				
牛奶（普通。1升）	¥9.2	¥7.9	¥14.5	¥10.9
大米（白米。1,000克）	¥16.9	¥17.3	¥3.1	¥2.0
鸡蛋（普通大小。12个）	¥52.6	¥36.3	¥11.8	¥12.9
牛腿肉(1,000克或同等后腿红肉)	¥65.7	¥62.2	¥34.7	¥30.7
苹果（1,000克）	¥18.8	¥16.9	¥7.1	¥4.8
西红柿（1,000克）	¥15.5	¥14.9	¥4.5	¥3.9
土豆（1,000克）	¥10.1	¥8.4	¥2.4	¥2.2
生菜（1棵）	¥13.5	¥17.3	¥4.0	¥5.0
1包烟（万宝路）	¥85.5	¥121.1	¥25.0	¥20.0
Transportation / 交通				
单程票（本地交通）	¥14.3	¥17.8	¥4.0	¥2.0
月票（正常无折扣价格）	¥665.9	¥534.3	¥220.0	¥150.0
出租车起步价（标准白天运价）	¥22.1	¥23.2	¥15.5	¥10.0
出租车1公里收费（标准运价）	¥21.4	¥16.0	¥4.8	¥3.2
出租车1小时等候收费(标准运价)	¥208.0	¥178.1	¥60.0	¥20.0
汽油（1升）	¥9.0	¥7.1	¥7.9	¥8.1
Utilities (Monthly) / 公共品(月费)				
85平方米住房的基本公共品（电、供暖、水、垃圾）	¥1,528.3	¥1,309.1	¥370.6	¥240.8
移动电话月度套餐资费(含通话和10GB+数据)	¥454.9	¥499.3	¥60.7	¥45.4
互联网（60兆，无流量限制，有线/ADSL宽带）	¥511.6	¥490.6	¥84.2	¥60.0
Sports and Leisure / 运动及休闲				
健身俱乐部。1个成年人的月费	¥348.1	¥513.8	¥454.0	¥236.1
网球场租金（周末1小时）	¥85.5	¥149.6	¥143.2	¥70.0
电影。国际发行片。1座	¥128.2	¥121.1	¥55.0	¥40.0
Childcare / 养育小孩				
学前班(或幼儿园)私立1个小孩的月费	¥13,060.5	¥14,604.0	¥8,256.7	¥1,925.0
国际小学。1个小孩的年费	¥192,345.3	¥274,982.5	¥187,381.0	¥170,000.0
Rent Per Month / 房屋月租				
市中心公寓（1居室）	¥18,392.0	¥17,047.5	¥6,620.7	¥1,900.0
市郊外公寓（1居室）	¥14,742.9	¥11,992.9	¥3,728.1	¥1,025.0
市中心公寓（3居室）	¥33,088.9	¥31,814.7	¥15,566.7	¥4,078.5
市郊外公寓（3居室）	¥27,137.1	¥20,101.8	¥8,086.2	¥1,975.0

资料来源：NUMBEO，民生证券研究院

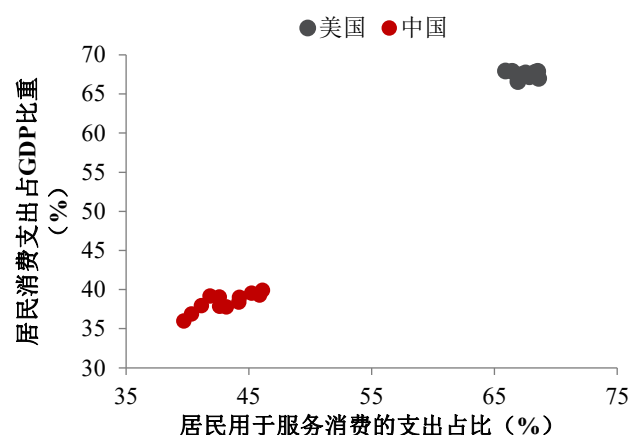
注：图表数据截至 2025 年 11 月 3 日。

值得注意的是，在运动休闲领域，美国的消费成本反而展现出更强的“亲民性”。

比如美国健身俱乐部、网球场租金的费用都比中国更低。这也为我国拓展消费提供了重要启示：在保持基本生活品价格优势的同时，可适当降低运动休闲等改善型服务的准入门槛，进一步释放居民的消费潜力。

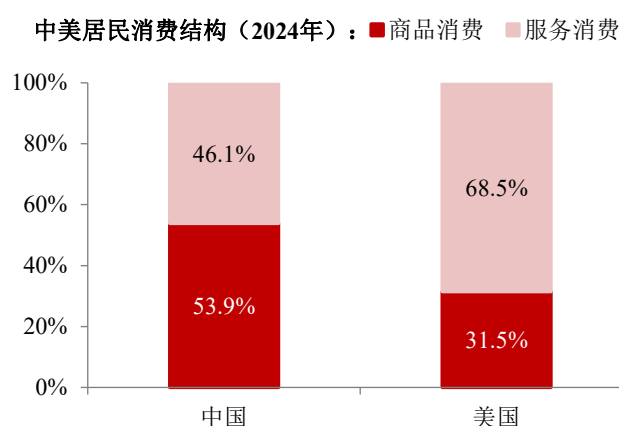
其次，服务消费成为拉开中国与发达经济体消费差距的一大“瓶颈”。2024 年数据显示，我国居民服务消费占消费支出的比例为 46.1%，低于美国的 68.5%。当然，这一差距不仅仅反映了我国服务消费市场发展尚不成熟，也揭示了现行统计体系可能带来的衡量偏差、未能完全捕捉我国实际消费活力。**具体来看：**

图8：我国居民消费率偏低的一大“瓶颈”在于服务消费



资料来源：iFind，民生证券研究院
注：图中散点为 2013-2024 年数据。

图9：对比美国，我国服务消费占比明显偏少



资料来源：iFind，民生证券研究院

一是对于金融服务和保险的统计不足。在服务消费统计中，美国将“金融服务和保险”独立核算、且更为完整地涵盖了相关支出地统计（2023 年占服务消费的比例高达 11.2%），而我国仅将银行及其他金融机构的服务费支出计入“其他服务”项目，导致我国服务消费中金融服务和保险的规模相对偏低。

图10：从数据统计口径差别，看中美服务消费之差

	谁占比更高？（2023年）		数据统计口径		可能原因
	中国	美国	中国	美国	
餐饮服务及住宿	11.9%	10.7%	主要指在餐馆等支付的餐饮服务支出	包括外出就餐支出、提供给员工的餐饮支出、酒店和旅馆住宿支出	
居住	36.0%	26.5%	含租赁房房租、住房维修及管理、自有住房折算租金、水电燃料费用	包括租户占用的非农住房租赁、业主自用非农住房租金估计值（单位房屋数量乘基于美国社区调查得出的估算平均租金）、农舍租赁、家庭公共事业费用（供水与卫生设施）、电力与燃气	最主要的差别可能来源于自有住房租金：美国使用虚拟租金法计算，而中国2023年以前使用折旧成本法计算、此后方才调整为租金法
家庭服务	0.5%	4.4%	主要包括家政服务 and 加工维修服务费	包括家政服务、货运、仓储、搬家服务等	美国数据包括了服务于家庭的非营利机构消费支出，而中国现行统计核算体系仅统计住户部门的最终消费支出
交通通信	21.6%	4.9%	主要包括交通工具服务支出、交通费、电信服务、邮递服务	括交通工具维护和维修、交通工具租赁和公共交通服务费（地面交通、航空运输、水运等）等	
教育文化娱乐	17.2%	5.8%	教育文化娱乐服务主要包括教育费用、文化和娱乐服务、一揽子旅游度假服务	教育包括学前、小学、初中、高等教育、商业和职业学校费用；文化和娱乐服务包含影音及信息加工设备服务、公共娱乐服务（会员俱乐部等）、赌博、宠物服务、旅游服务等	美国核算时不区分活动是否违法，将一些灰色消费也纳入核算范畴【此处中国教育文化娱乐占比较高的可能原因：“教育文化娱乐”支出含有一些耐用品支出，但缺乏具体的细项数据，因此暂无法剔除耐用品支出部分进行精确计算】
医疗服务	10.6%	24.1%	包括门诊医疗费和住院医疗费。不包括由医疗保险和医疗救助计划报销的医药费和医疗费。	包括门诊服务、医院和疗养院服务	中国医疗成本更低，或中国医疗服务支出核算时不纳入医疗保险和医疗救助计划报销的费用
金融服务和保险		11.2%	无单独数据列	保险服务：包含人寿保险、失业保险、交通工具保险、医疗保险服务费支出； 金融服务：包含金融服务费用、有价证券佣金、投资建议和管理服务、信托服务等	
其他服务	2.1%	12.4%			美国核算时不区分活动是否违法，将一些灰色消费也纳入核算范畴

资料来源：iFind、人民网、国家统计局、Bureau of Economic Analysis、《中国住户调查年鉴》、《中国国内生产总值被低估的实证研究——以中美自有住房服务价值比较为例》（作者：何雨轩）、《现阶段我国居民的实际消费率研究》（作者：陈婷婷），民生证券研究院

注：该表格中中美服务消费占比数据为估算值，存在中美数据统计口径不一致而导致的偏差

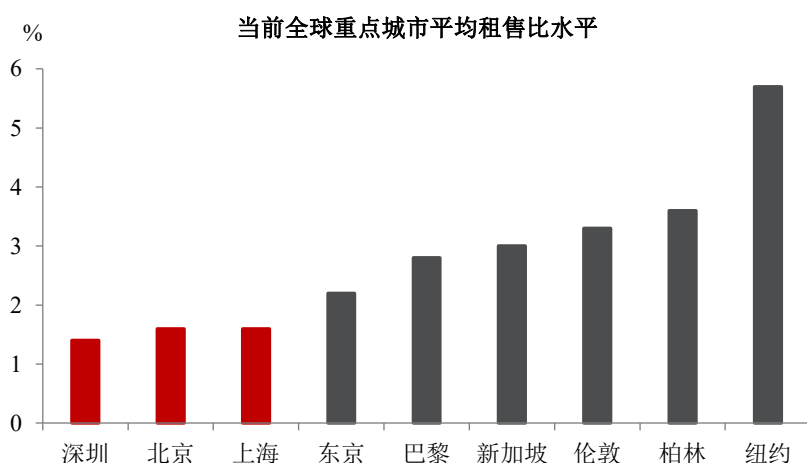
二是服务消费统计口径更窄，尤其是忽略了公共服务补贴带来的深远影响。美国将一些“灰色消费”也纳入了服务消费核算范畴，且还囊括了服务于家庭的非营利机构消费支出。而我国现行核算体系只统计了住户部门最终消费支出，统计口径相对狭窄，影响数据的国际可比性。

最典型的是，我国大量公共服务是通过财政资金直接补贴医院、学校、公共交通等机构，使得统计到的居民服务消费金额、远低于居民实际享受到的服务价值，直接影响数据的可比性与真实性。

三是在自有住房服务价值的统计上，经历了从“核算方法”到“市场环境”的双重挑战。我国在 2023 年前对自有住房服务消费采用“折旧成本法”核算，该方法仅反映房屋自身价值损耗，未能充分体现住房的实时使用价值，客观上造成了 2023 年前中国服务消费规模的低估。不过自 2023 年调整为国际通行的“虚拟租金法”后，按市场价格衡量自由住房租金，可以修正居民实际享有的住房服务价值。

当然，除了核算方法需要一个过渡的过程外，我国房地产市场还面临供需不平衡、租金偏低等问题，这也成为我国自有住房服务消费偏低的重要原因。

图11：对比其他全球重点城市，我国房屋租售比偏低



资料来源：NUMBEO，民生证券研究院

注：图表数据截至 2025 年 11 月 3 日。

4 完善消费统计口径的必要性几何？

总结而言，磨刀不误砍柴工。**完善消费的统计口径、做好国际接轨，对于“十五五”很重要：**不仅能更好地展现居民消费水平（尤其是服务消费）的“全貌”，在一定程度上更完整地展现我国居民消费率的真实水平；同时可能更重要的意义在于，能让地方政府在刺激消费的具体工作中有更灵活和全面的抓手。

当然，消费价格水平的上涨对于提高消费率也有重要的作用。这种上涨不能揠苗助长，而需要建立在“收入-价格”的良性循环基础上。

5 风险提示

1) 服务消费细项数据统计与实际存在偏差。目前服务消费细项数据可得性较差，报告中对于服务消费数据的统计为估算值，存在与实际情况不一致的风险。

2) “十五五”时期完善消费统计制度进度与预期不一致的风险。鉴于数据统计制度的调整工作繁琐复杂，因此推进力度或进度可能不及预期。

3) “十五五”时期提升居民消费率进度不及预期的风险。优化消费统计制度仅是提高消费率的其中一步，提升消费率还需要提升居民消费倾向、消费能力等方面政策的配合。

插图目录

图 1: 2023Q3 消费支出对 GDP 贡献率创下新高	3
图 2: 2023 年我国居民消费率大幅回升	3
图 3: 中美居民消费比重差距被逐渐拉大	4
图 4: 美国居民人均消费支出约是中国的 10 倍	4
图 5: 美国在 CPI 上的相对优势上更加明显	5
图 6: 累计来看, 价格因素对于消费率的影响是不小的	5
图 7: 美国的“高物价”易对居民消费规模形成高估	6
图 8: 我国居民消费率偏低的一大“瓶颈”在于服务消费	7
图 9: 对比美国, 我国服务消费占比明显偏少	7
图 10: 从数据统计口径差别, 看中美服务消费之差	8
图 11: 对比其他全球重点城市, 我国房屋租售比偏低	9

分析师承诺

本报告署名分析师具有中国证券业协会授予的证券投资咨询执业资格并登记为注册分析师，基于认真审慎的工作态度、专业严谨的研究方法与分析逻辑得出研究结论，独立、客观地出具本报告，并对本报告的内容和观点负责。本报告清晰准确地反映了研究人员的研究观点，结论不受任何第三方的授意、影响，研究人员不曾因、不因、也将不会因本报告中的具体推荐意见或观点而直接或间接收到任何形式的补偿。

评级说明

投资建议评级标准		评级	说明
以报告发布日后的 12 个月内公司股价（或行业指数）相对同期基准指数的涨跌幅为基准。其中：A 股以沪深 300 指数为基准；新三板以三板成指或三板做市指数为基准；港股以恒生指数为基准；美股以纳斯达克综合指数或标普 500 指数为基准。	公司评级	推荐	相对基准指数涨幅 15%以上
		谨慎推荐	相对基准指数涨幅 5% ~ 15%之间
		中性	相对基准指数涨幅-5% ~ 5%之间
		回避	相对基准指数跌幅 5%以上
	行业评级	推荐	相对基准指数涨幅 5%以上
		中性	相对基准指数涨幅-5% ~ 5%之间
		回避	相对基准指数跌幅 5%以上

免责声明

民生证券股份有限公司（以下简称“本公司”）具有中国证监会许可的证券投资咨询业务资格。

本报告仅供本公司境内客户使用。本公司不会因接收人收到本报告而视其为客户。本报告仅为参考之用，并不构成对客户的投资建议，不应被视为买卖任何证券、金融工具的要约或要约邀请。本报告所包含的观点及建议并未考虑获取本报告的机构及个人的具体投资目的、财务状况、特殊状况、目标或需要，客户应当充分考虑自身特定状况，进行独立评估，并应同时考量自身的投资目的、财务状况和特定需求，必要时就法律、商业、财务、税收等方面咨询专家的意见，不应单纯依靠本报告所载的内容而取代自身的独立判断。在任何情况下，本公司不对任何人因使用本报告中的任何内容而导致的任何可能的损失负任何责任。

本报告是基于已公开信息撰写，但本公司不保证该等信息的准确性或完整性。本报告所载的资料、意见及预测仅反映本公司于发布本报告当日的判断，且预测方法及结果存在一定程度局限性。在不同时期，本公司可发出与本报告所刊载的意见、预测不一致的报告，但本公司没有义务和责任及时更新本报告所涉及的内容并通知客户。

在法律允许的情况下，本公司及其附属机构可能持有报告中提及的公司所发行证券的头寸并进行交易，也可能为这些公司提供或正在争取提供投资银行、财务顾问、咨询服务等相关服务，本公司的员工可能担任本报告所提及的公司的董事。客户应充分考虑可能存在的利益冲突，勿将本报告作为投资决策的唯一参考依据。

若本公司以外的金融机构发送本报告，则由该金融机构独自为此发送行为负责。该机构的客户应联系该机构以交易本报告提及的证券或要求获悉更详细的信息。本报告不构成本公司向发送本报告金融机构之客户提供的投资建议。本公司不会因任何机构或个人从其他机构获得本报告而将其视为本公司客户。

本报告的版权仅归本公司所有，未经书面许可，任何机构或个人不得以任何形式、任何目的进行翻版、转载、发表、篡改或引用。所有在本报告中使用的商标、服务标识及标记，除非另有说明，均为本公司的商标、服务标识及标记。本公司版权所有并保留一切权利。

民生证券研究院：

上海：上海市虹口区杨树浦路 188 号星立方大厦 7 层； 200082

北京：北京市东城区建国门内大街 28 号民生金融中心 A 座 18 层； 100005

深圳：深圳市福田区中心四路 1 号嘉里建设广场 1 座 10 层 01 室； 518048