



## 人均收支两位数增长背后透露什么信息？

作者：王欣蕾

电话：010-58352887

邮箱：xhcj@xinhua.org

编辑：杜少军

审核：张 骐

官方网站：[www.cnfic.com](http://www.cnfic.com)

客服热线：400-6123115



近期，国家统计局发布31省份2021年上半年居民人均可支配收入数据，上半年全国居民人均可支配收入17642元，同比名义增长12.6%；全国居民人均消费支出11471元，同比名义增长18%。31省份中，上海、北京、浙江人均收支均为全国前三，是生产消费的风向标。表面上，统计数据显示工资性收入增长拉动居民可支配收入增长，实际上，除去地域差异，行业和职业的分化不容忽视。其次，人均消费支出增长超过人均收入增长，“花的比赚的快”导致人们普遍感觉“钱不够用”。另外，消费观念的转变，再加上消费供给水平不断提升，人们更加感觉“钱不够用”。

## 目录

一、人均可支配收入和人均消费支出均实现双位数增长 .....	3
二、三方面原因解释市场认知偏离统计结果 .....	4
三、城镇居民收入增长看经营，农村居民收入增长看工资 .....	5

## 图表目录

图表 1：2021 年上半年 31 省人均可支配收入情况 .....	4
图表 2：2021 年上半年 31 省人均消费支出情况 .....	4
图表 3：2021 年上半年城镇居民和农村居民收支情况 .....	5
图表 4：按收入来源，2021 年上半年城乡居民收入 .....	6
图表 5：按消费类别，2021 年上半年城乡居民支出 .....	6

## 人均收支两位数增长背后透露什么信息？

近期，国家统计局发布31省份2021年上半年居民人均可支配收入数据，上半年全国居民人均可支配收入17642元，同比名义增长12.6%；全国居民人均消费支出11471元，同比名义增长18%。31省份中，上海、北京、浙江人均收支均为全国前三，是生产消费的风向标。表面上，统计数据显示工资性收入增长拉动居民可支配收入增长，实际上，除去地域差异，行业和职业的分化不容忽视。其次，人均消费支出增长超过人均收入增长，“花的比赚的快”导致人们普遍感觉“钱不够用”。另外，消费观念的转变，再加上消费供给水平不断提升，人们更加感觉“钱不够用”。

### 一、人均可支配收入和人均消费支出均实现两位数增长

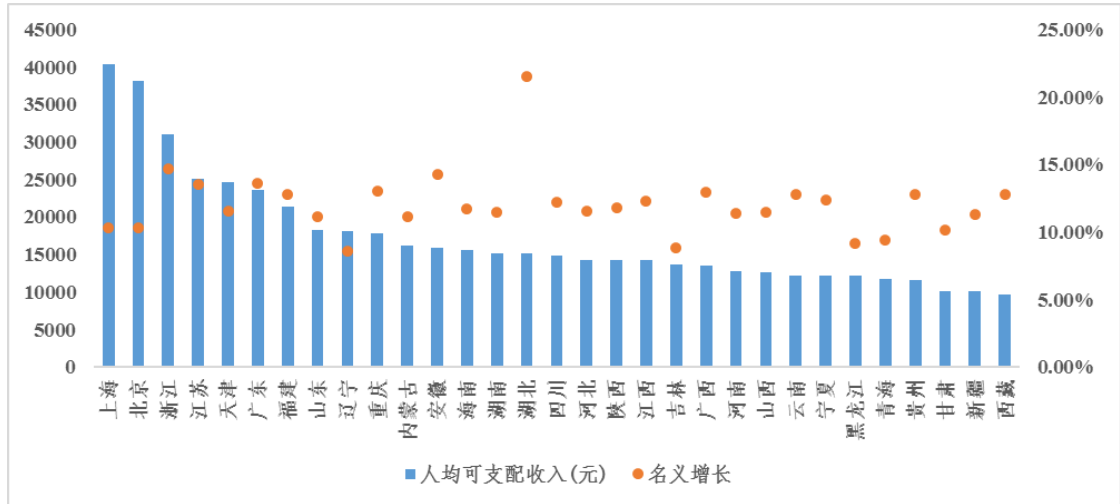
与去年同期相比，2021年上半年生产消费有所好转，城乡收入差距持续缩小，“共同富裕”更进一步。受2020年上半年低基数影响，2021年上半年全国居民人均可支配收入和人均消费支出均实现两位数增长。分城乡来看，城镇居民人均可支配收入24125元，同比名义增长11.4%，农村居民人均可支配收入9248元，同比名义增长14.6%，城乡居民人均可支配收入比2.61，比上年同期缩小0.07。

与去年同期相比，2021年上半年，人均可支配收入排名稳定，各省人均消费排名变化较大，区域结构分化受消费供给影响。分区来看，上海依旧最能“赚”，也最能“花”，北京紧随其后。湖北生产消费恢复快，经济韧性好、活力强。重庆是中西部地区唯一人均可支配收入和人均消费支出均高过全国平均水平的省份，符合全国首批国际消费中心城市之一的功能定位，具备从工业生产转向消费服务驱动经济增长的基础。

2021年上半年，全国居民人均可支配收入17642元，同比名义增长12.6%，扣除价格因素影响，实际增长12%。其中，10省人均可支配收入高于全国平均水平（从高到低：上海、北京、浙江、江苏、天津、广东、福建、山东、辽宁、重庆），11省人均可支配收入名义增长率高于全国平均水平（从高到低：湖北、浙江、安徽、广东、江苏、重庆、广西、贵州、西藏、福建、云南）。

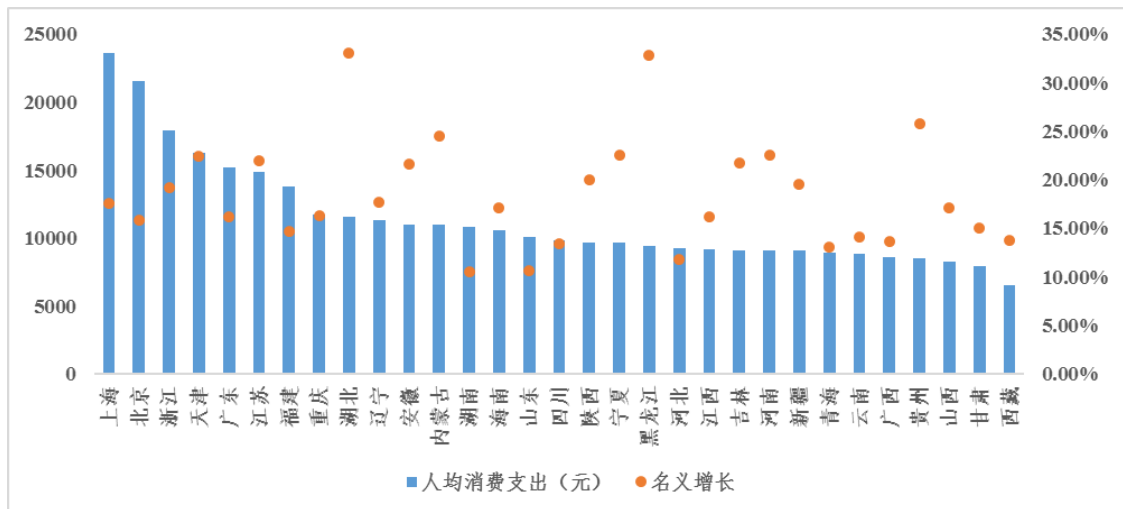
在疫情防控形势总体稳定和居民收入持续恢复性增长的基础上，居民消费支出呈现恢复性反弹。2021年上半年，全国居民人均消费支出11471元，同比名义增长18%，扣除价格因素影响，实际增长17.4%。其中，9省人均消费支出超过全国平均水平（从高到低：上海、北京、浙江、天津、广东、江苏、福建、重庆、湖北），13省人均消费增长高于全国平均水平（从高到低：湖北、黑龙江、贵州、内蒙古、河南、宁夏、天津、江苏、吉林、安徽、陕西、新疆、浙江）。

图表 1：2021 年上半年 31 省人均可支配收入情况



来源：国家统计局，新华财经

图表 2：2021 年上半年 31 省人均消费支出情况



来源：国家统计局，新华财经

## 二、三方面原因解释市场认知偏离统计结果

统计数据显示，工资性收入增长拉动居民可支配收入增长，除去地域差异，行业和职业的分化不容忽视。简而言之，特殊值影响均值，使得市场认知偏离统计结果。表面上，2021年上半年工资性收入增长较快是受去年同期低基数影响。实际上，工资性收入是根据行业和职业而定的，本质是产业部门之间产能与需求的差异，劳动者个人因素只是加剧行业收入差距的推手。供需平衡一般只是短期现象，当现有产能无法赶上需求时，那就需要各方面的投入，尤其是技术投入，技术型劳

动力这种特殊商品价格自然“水涨船高”，互联网是典型。当产能缺口逐渐收窄时，也就是“去产能”阶段，自由竞争变成寡头定价，“高薪资”往往与平台垄断有关。另外，某些行业“待遇好”本质原因是少数人可以撬动市场杠杆，当少数人管理多数资金，人均利润自然高，典型如金融。

**人均消费支出增长超过人均收入增长，“花的比赚的快”导致人们普遍感觉“钱不够用”。**

2021年上半年，全国居民人均可支配收入17642元，同比名义增长12.6%，扣除价格因素影响，实际增长12%。全国居民人均消费支出11471元，同比名义增长18%，扣除价格因素影响，实际增长17.4%。按常住地来分，2021年上半年，城镇居民人均可支配收入24125元，名义增长11.4%，实际增长10.7%；城镇居民人均消费支出14566元，名义增长16.7%，实际增长16%。同期，农村居民人均可支配收入9248元，名义增长14.6%，实际增长14.1%；农村居民人均消费支出7464元，名义增长20.2%，实际增长19.7%。

图表 3：2021 年上半年城镇居民和农村居民收支情况

	人均可支配收入绝对值 (名义增长/实际增长)	人均消费支出绝对值 (名义增长/实际增长)
城镇居民	24125 ( 11.4%/10.7% )	14566 ( 16.7%/16% )
农村居民	9248 ( 14.6%/14.1% )	7464 ( 20.2%/19.7% )

来源：国家统计局，新华财经

消费升级本质是消费观念的转变，再加上消费供给水平不断提升，人们自然感觉“钱不够用”。“由俭入奢”容易，反之很难，这是驱动消费升级的心理因素。经济学上，棘轮效应指的是人的消费习惯形成之后有不可逆性，易于向上调整，而难于向下调整。消费取决于相对收入，即相对于自己过去的高峰收入。消费易于随着收入增加而增加，反之不然。短期效应强，产生正截距的短期消费函数。

### 三、城镇居民收入增长看经营，农村居民收入增长看工资

2021年上半年，按收入来源，城镇居民工资性收入占可支配收入比例最高，经营净收入增长最快；农村居民工资性收入占可支配收入比例最高，且增长最快。显然，经营净收入对拉动城镇居民收入增长的潜力较大，提高工资待遇仍然是农村居民收入增长的主要任务。工资性收入增长取决于行业周期、企业效益增长和组织管理，同步提高劳动报酬和劳动生产率比较可行。至于提高经营性收入，深受宏观经济稳定性影响，离不开政府打造有利于小微企业和发展的外部环境，包括消除创业壁垒，放宽工商登记注册限制、审批程序等，实现自由、低门槛地进入。

图表 4：按收入来源，2021 年上半年城乡居民收入

	城镇居民人均可支配收入 (名义增长)	农村居民人均可支配收入 (名义增长)
工资性收入	14550 ( 10% )	4348 ( 19% )
经营净收入	2842 ( 23.2% )	2635 ( 10.5% )
财产净收入	2599 ( 14% )	266 ( 15% )
转移净收入	4134 ( 7.8% )	2000 ( 11.2% )

来源：国家统计局，新华财经

2021年上半年，按消费类别，食品烟酒和居住仍然是居民消费支出的最大两类，教育文化娱乐支出增长最快。而城镇居民人均教育文化娱乐消费支出同比名义增长68.3%，农村居民人均教育文化娱乐消费支出名义增长66.8%。在实物性商品消费得到基本满足以后，更多地向服务性消费转变。教育文娱产业链延展性强，业态多样，倘若趋势延续，教育文娱将是服务消费最大的增长点。

图表 5：按消费类别，2021 年上半年城乡居民支出

	城镇居民人均消费支出 (名义增长)	农村居民人均消费支出 (名义增长)
食品烟酒	4378 ( 12.2% )	2446 ( 18% )
衣着	960 ( 19.2% )	461 ( 26.1% )
居住	3503 ( 6.1% )	1543 ( 10.2% )
生活用品及服务	850 ( 12.5% )	436 ( 20.8% )
交通通信	1802 ( 16.7% )	1006 ( 18.4% )
教育文化娱乐	1463 ( 68.3% )	674 ( 66.8% )
医疗保健	1220 ( 20.6% )	749 ( 17.1% )
其他用品及服务	391 ( 33% )	150 ( 30.5% )

来源：国家统计局，新华财经

## 重要声明

新华财经研报由新华社中国经济信息社发布。报告依据国际和行业通行准则由新华社经济分析师采集撰写或编发，仅反映作者的观点、见解及分析方法，尽可能保证信息的可靠、准确和完整，不对外公开发布，仅供接收客户参考。未经书面许可，任何机构或个人不得以任何形式翻版、复制、刊登、转载和引用。