

中国老龄人口消费:现状与趋势

金晓彤^{a,b}, 王天新^b

(吉林大学 a.数量经济研究中心;b.商学院,长春 130012)

摘要:目前我国正处于快速人口老龄化阶段,老龄人口规模增加给国家和社会带来了沉重的医疗和养老负担,但老年消费量连年增长说明其中也蕴藏着极大的消费潜能和市场机遇。为此,本文对我国老龄人口各项消费支出现状进行分析,在此基础上,对未来老龄消费者的需求水平和消费总量做出量化预测,以期为企业开拓老龄市场提供参考,为政府相关部门制定规划提供借鉴。

关键词:人口老龄化;老龄消费;趋势预测

中图分类号:C92-05 文献标志码:A 文章编号:1007-0672(2012)03-0023-04 收稿日期:2011-11-29

基金项目:本文为国家社会科学基金项目(09BJL056)“扩大居民消费需求的重点、难点和对策研究”和国家人口计生委项目(362093660531)“中国老龄人口消费问题研究”的阶段性成果之一。

作者简介:金晓彤,女(回族),吉林长春人,吉林大学商学院教授,经济学博士,研究方向:市场营销、消费者行为;王天新,女,吉林长春人,吉林大学商学院博士研究生,研究方向:市场营销、消费者行为。

一、问题的提出

“老龄化”是每个国家在现代化进程中必然要面对的问题,如今已成为各国共同关注的重要议题。21世纪的中国,无论是经济、政治还是人口、环境,都进入了高速运转与急剧变动的时期,伴随着社会利益格局的调整和人们思想观念的转变,我国的现代化、城市化和老龄化进程几乎是相伴而至、交织前行。《中国人口老龄化发展趋势预测研究报告》指出,21世纪的中国将是一个不可逆转的老龄社会,2001—2020年属于快速老龄化阶段,老龄人口年均增长速度为3.28%,大大超过总人口年均0.66%的增长速度;2021—2050年是加速老龄化阶段,新中国成立后第二次生育高峰人群将在该时段跨入老龄行列^[1]。第六次全国人口普查结果也显示,以2010年11月1日零时为准,我国总人口约为13.4亿人,其中65岁及以上人口占8.87%,比2000年人口普查上升1.91个百分点。据此测算,我国老龄人口已近1.17亿。关注人口老龄化,不仅在于老龄人口规模增加所带来的医疗、养老负担对社会经济发展提出挑战,更在于其中蕴藏的巨大市场机遇和消费潜能。

不同年龄结构的人群具有不同的消费结构和消费习惯,与年轻人相比,我国老年人崇尚节俭,出于对退休后生活保障的考虑和市场产品供给结构的限制,预防性储蓄倾向会比较高,边际消费倾向则比较

弱^[2],这极大地限制了老龄消费总量的上升。尽管有诸多顾虑,近年来我国老龄人口的生活消费各项支出仍在上升,老年人的消费需求正在从生存型向发展型转变,不同类型的老年消费者也表现出了不同的需求特征和消费风格。为此,本文在分析老龄人口各项消费支出现状的基础上,结合统计部门的公开数据对我国老龄消费变动趋势进行量化预测,力求为企业开拓老龄市场提供参考,为政府部门制定相关规划、调整产业结构提供借鉴。

二、我国老龄人口的消费现状

随着社会不断进步,我国老龄群体的消费观念和消费行为正在发生转变,认真研究老龄消费者的需求和行为是当前学界的迫切任务之一^[3]。目前,由于我国各类统计年鉴中缺少对老龄人口消费数据的整理和汇总,这就加大了考察老龄人口各项消费支出情况的困难。本文在此部分主要参考《2006年老年人口状况追踪调查数据分析》,并结合历年统计年鉴相关数据,对我国老龄人口消费现状进行分析。

1. 吃、穿、住等消费支出成为老龄日常消费的主要组成部分

在食品支出上,老年人越来越注重自身饮食结构的调整,对易于消化吸收的老年健康食品的需求比以往任何一个时期都强烈,对食品的要求也在不断提高。从理论上讲,我国老年消费者受传统价值

观及生活来源所限,理应在消费方面表现得较为谨慎,然而在现实生活中,由于老年人对健康的持续关注,他们会把商家所示的产品功能与自己的身体状况一一对应^[3],进而做出购买决策。调查显示,约有12.24%的老年人经常吃保健品,21.45%表示有时会吃保健品,这就占到了老龄人口总数的一半左右^[4],随着老龄人口规模的增加及其对收入的积攒,老龄人口食品消费支出的比重将越来越大。

在衣着支出上,老龄人口也是不断壮大的消费主体,但却一直被商家忽视,原因可能在于商家并未清晰意识到潜藏在老龄人口中的巨大消费能量,而已经看到此前景的商家又未将老龄消费群体看作是独特的应从产品及服务营销方式上与年轻消费者进行区隔的目标细分市场^[5],因此,在大型商场中只能零星找到老年专柜,市场上现有的老年服装也大多品牌杂乱、品质低劣。据此分析,我国大部分老年人的衣着更新率并不高,加之供应及销售渠道不畅,在很长一段时间内,老年人的衣着消费上升将更多表现在“量”上,而非“质”上。

在住房支出上,老年人由于生活习惯和个性不同而呈现出有别于其他年龄群体的消费特点,这使得老年人对住房标准有着特殊的诉求,如环境安静、出入方便、能为日常活动和社交创造条件等^[3]。据调查,约有46.73%的老年人表示对现有居住条件满意,37.83%的老年人认为现有居住条件一般,15.29%的老年人对现有住房表示不满意,更是有26.43%的老年人愿意搬到条件更好的外地居住^[4]。

2. 老龄医疗保健支出持续增高

老龄人口数量增加,特别是老年慢性病患者增多,导致医疗服务需求上升。调查显示,我国65岁以上老年人中有将近三分之二患有慢性病,城市老年人的患病比例更是明显高于农村老年人。进一步地,有68.14%的老年人认为看病方便,17.39%的老年人认为一般,而14.24%表示看病不便,在认为看病不便的老年人中,农村比例远大于城市^[4]。由此可见,面对老龄医疗保健支出持续高于社会平均水平的严峻现实,老年医疗保障制度亟待完善,尤其是对农村老年人来讲,新型农村合作医疗的推广和普及力度有待加强。

3. 老龄文化消费支出的比例不断上升

目前,我国老龄群体的文化消费主要表现为老龄老人以娱乐性消费为主,高龄老人以服务性消费为主。其中,娱乐性消费包括太极拳、保健操、读书

看报、打麻将/打牌/下棋、听戏、种花/养宠物、书画、唱歌/跳舞等,无论城市还是农村,都缺少专门为老年人开辟的公共活动场所,只是程度有所不同,文化娱乐用品更是不能满足老年消费者的特殊需求。近几年,老龄旅游市场不断升温,但因其需要多方资源协同,如舒适的交通工具、易咀嚼消化的饭菜、随程护理医生等,目前发展速度较为迟缓,但旅游是老龄文化娱乐活动中不可或缺的方面,也是其子女积极鼓励和资助的休闲活动之一,需求势必会有增无减,未来老龄旅游产业在逐渐完善中很可能成为国家产业格局调整的新生力量。

服务性消费既包括家务劳动、家庭医疗保健、老人长期护理,也包括精神层面的老年大学、老年茶室、各种老年文体设施等,这些服务对于日益依赖他人的老年人来讲尤为重要。另外,随着家庭规模走向微型化,每对独生子女需要奉养四位老人,导致家庭养老能力薄弱,老年人及其子女对老年生活服务的需求越来越迫切。此外,老年人在晚年生活中更加渴望温暖和亲情,情感诉求与日俱增。据调查,城乡老年人常常感到孤独的比例分别是20.82%和28.83%,认为“现在不如年轻时幸福”的分别是17.24%和29.46%,另有20.64%和30.17%的城乡老年人表示没有人倾听心事^[4]。从关注老年人的物质生活到关注其精神文化需要,不仅是社会进步的表现,而且是对国家应对老龄化危机提出的更高要求,这其中蕴含的市场前景也不言而喻。

4. 老龄子代消费、隔代消费支出越来越大

由于我国老年人长期以来保留着较为传统的家庭观念,他们习惯为子女攒钱和买单,虽然在生活中对自己百般吝啬,他们在子女和孙子、孙女身上投入的物力财力却相当之高,这是在我国传统价值观影响下特有的消费现象。针对这部分老年人的消费心理,有时只需换宣传说法或者换位设计广告便可将他们争取到成年人或未成年人产品的消费中来,反过来,子女的孝心也是老年人购买力的一大来源,子女为使老年人安度晚年,会帮助父母购买住宅、资助父母旅游、为父母选购礼物等。也就是说,除了老年人的自主消费外,子女们的间接消费也为企业提供着潜在利润,为国家发展老龄产业贡献着力量。

5. 城乡之间地区之间老龄消费差距

发达国家人口老龄化的发展历程表明,城市人口老龄化水平一般高于农村。然而,由于农村年轻劳动力大规模向城市迁移,我国的人口老龄化程度出

现城乡倒置的情况,预计我国城镇老龄化水平要到21世纪中叶才能赶超农村,同时,我国人口老龄化趋势具有明显的区域梯次特征,东部沿海经济发达地区的老龄化速度明显快于中西部地区^[6]。另外,由于不同地区之间老年人收入来源和生活观念不同,致使城市老年人的消费水平明显高于农村老年人,发达地区老年人高于较欠发达地区老年人,尤其在文化消费方面的支出差异表现得尤为明显。随着农村老龄群体、欠发达地区老龄群体收入提高和消费观念不断转变,这种城乡之间和地区之间的差异将逐渐缩小,而我国老龄消费市场的总量必将越来越大。

三、我国老龄人口消费趋势预测

前文在对老龄人口消费现状和需求特征进行分析和总结的过程中,一直暗含着老龄消费总量将不断扩大的假定,这也是很多老龄消费研究者普遍承认的命题,但未来老龄消费趋势到底能达到怎样的规模,呈现怎样的发展趋势,目前几乎没有研究对此做出具体预测,本文综合以往相关研究,结合我国人口的权威预测数据,构建老龄消费趋势预测模型,对未来我国老龄消费市场的变动趋势给出量化分析。

1. 构建预测模型

已有研究表明,在不同年龄构成的群体中,劳动力人口的消费水平最高,老龄人口的消费水平次之,未成年人口的消费水平最低,生活中人们也的确由于处在不同的年龄阶段而对产品或服务做出不同的购买选择。为此,研究者一般为不同年龄阶段人口的消费需求赋予不同的权数,即消费系数,一般把劳动力人口视为标准消费人,视其消费系数为1,将老龄人口和未成年人口以一定比例换算成标准消费人,这意味着年龄结构对人们的消费需求和消费规律有着重要影响^[7]。

自从2000年第五次人口普查以后,我国统计部门在公布人口数据时,一般将年龄结构划分为0-14岁、15-64岁和65岁及以上三个阶段。本文也遵循这一标准,将65岁及以上人口界定为老龄人口,将15-64岁人口视为标准消费人,通过赋予一定的消费系数把未成年人口和老龄人口换算成标准消费人。关于消费系数的选择,学者们普遍认同的是,未成年人口与老龄人口的消费水平相当于劳动力人口的70%左右^[8],也有学者认为这一比重应在80%,另外还有少数学者提出老龄人口与劳动力人口的消费水平并无显著不同,只是因各国经济条件、社会环境及文化传统的不同而略有差异。对此,王金营和付

秀彬进行了实证研究,他们分别将消费系数设定为“未成年人口:劳动力人口:老龄人口=0.6:1:0.8”和“未成年人口:劳动力人口:老龄人口=0.7:1:0.7”,将换算得到的各个年龄段的消费水平放之于中国居民消费函数中检验,发现两组消费系数的检验结果非常接近,但后者的模型拟合优度略优于前者^[9]。据此,本文将参考“未成年人口:劳动力人口:老龄人口=0.7:1:0.7”这组消费系数,将1995—2010年我国各年龄段人口数进行换算,以获得标准消费人总量

表1 1995—2010年我国老龄人口消费规模

年份	人口 (万人)	居民消 费水平 (元)	居民消 费支出 (亿元)	0-14 岁比重 (%)	15-64 岁比重 (%)	65岁 及以上 比重	标准人 总量 (万人)	标准人 消费水 平(元)	老龄消 费支出 (亿元)	老龄消 费比重 (%)
1995	121121	2355	28524.0	26.6	67.2	6.2	109203	2616	1375.2	4.8
1996	122389	2789	34134.2	26.4	67.2	6.4	110346	3093	1695.9	5.0
1997	123626	3002	37112.5	26.0	67.5	6.5	111573	3326	1882.3	5.1
1998	124761	3159	39412.0	25.7	67.6	6.7	112634	3499	2047.4	5.2
1999	125786	3346	42088.0	25.4	67.7	6.9	113597	3705	2250.9	5.3
2000	126743	3632	46033.1	22.9	70.1	7.0	115393	3989	2463.1	5.4
2001	127627	3887	49608.6	22.5	70.4	7.1	116294	4266	2706.1	5.5
2002	128453	4144	53230.9	22.4	70.3	7.3	117008	4549	2895.9	5.4
2003	129227	4475	57829.1	22.1	70.4	7.5	117752	4919	3337.2	5.8
2004	129988	5032	63833.5	21.5	70.9	7.6	118647	5380	3712.1	5.8
2005	130756	5573	71217.5	20.3	72.0	7.7	119788	5945	4184.4	5.9
2006	131448	6263	82103.5	19.8	72.3	7.9	120534	6812	4968.2	6.1
2007	132129	7255	95609.8	19.4	72.5	8.1	121240	7886	5871.3	6.1
2008	132802	8349	110594.5	19.0	72.7	8.3	121965	9068	6954.4	6.3
2009	133450	9098	121129.9	18.5	73.0	8.5	122660	9875	7816.0	6.5
2010	134091	9968	133290.9	16.6	74.5	8.9	123845	10763	8961.1	6.7

注:根据《中国统计年鉴2011》^[10]和本文预测模型计算得到。

表2 布朗单一参数线性指数平滑法计算结果

年份	居民消费支出	一次指数平滑	二次指数平滑	a_t	b_t
1995	28524.0				
1996	34134.2	28524.0			
1997	37112.5	31890.1	28524.0	35256.2	2244.1
1998	39412.0	35023.6	30543.7	39503.5	2986.6
1999	42088.0	37656.6	33231.6	42081.6	2950.0
2000	46033.1	40315.5	35886.6	44744.4	2952.6
2001	49608.6	43746.4	38543.9	48948.9	3468.3
2002	53230.9	47263.6	41665.2	52862.0	3732.3
2003	57829.1	50844.0	45024.2	56663.8	3879.9
2004	63833.5	55035.1	48516.1	61554.1	4346.0
2005	71217.5	60314.1	52427.5	68200.7	5257.7
2006	82103.5	66856.2	57159.5	76552.9	6464.5
2007	95609.8	76004.6	62977.5	89031.7	8684.7
2008	110594.5	87767.7	70793.7	104741.7	11316.0
2009	121129.9	101463.8	80978.1	121949.5	13657.1
2010	133290.9	113263.5	93269.5	133257.4	13329.2

注:根据《中国统计年鉴2011》^[10]计算得到。

数据。假定未成年人口、劳动力人口和老龄人口的平均消费倾向保持不变,设 t 时期未成年人口、劳动力人口和老龄人口数量分别为 R_{1t} 、 R_{2t} 、 R_{3t} ,那么 $R_{1t} \cdot a_1$ 、 $R_{2t} \cdot a_2$ 和 $R_{3t} \cdot a_3$ 分别表示按照0.7:1:0.7这一消费系数换算成标准消费人后的未成年人口、劳动力人口和老年人口数量,令 R 为标准消费人总量, t 时期的消费总量为 C_t ,则 $R=0.7R_{1t}+R_{2t}+0.7R_{3t}$,老龄人口消费支出为 $C_{3t}=C_t \cdot (0.7R_{3t}/R)$ 。按此思路计算,可以得到1995—2010年我国老龄人口的消费规模,结果如表1所示。

通过上述对1995—2010年我国老龄人口消费规模的推断,发现预测未来老龄人口消费变动趋势需先得到相应年份的居民消费支出数据,对此,本文采用二次指数平滑法,对未来每隔五年的居民消费支出数据进行预测,计算过程及结果如表2所示。

2. 预测结果

利用表2中 a_t 和 b_t 在2010年这一期的数值,可以整理得到我国居民消费支出的预测方程,即 $Y=133257.4+13329.2 \cdot T$,其中 T 为由当期到预测期的时期数,据此方程可以完成对未来每隔五年我国居民消费支出的预测。据此预测值,结合本文提出的老龄人口消费趋势预测模型,可计算得出未来每隔五年我国老龄人口消费变动的大致趋势,具体结果如表3所示。

表3 我国老龄人口消费趋势预测结果

年份	人口 (亿人)	居民消 费支出 (亿元)	0-14 岁比重 (%)	15-64 岁比重 (%)	65岁 及以上 比重	标准人 总量 (万人)	标准人 消费水 平(元)	老龄消 费支出 (亿元)	老龄消 费比重 (%)
2015	14.04	199903.2	18.9	71.4	9.7	12.84	15569	14821.7	7.4
2020	14.33	266549.0	18.6	69.5	11.9	13.02	20472	24505.0	9.2
2025	14.45	333194.8	17.6	68.9	13.5	13.10	25435	34718.8	10.4
2030	14.44	399840.6	15.9	67.8	16.3	13.05	30639	50615.6	12.7
2035	14.39	466486.4	15.0	65.3	19.7	12.89	36190	71692.4	15.4
2040	14.29	533132.2	15.1	63.0	21.9	12.70	41979	92269.8	17.3
2045	14.08	599778.0	15.5	62.0	22.5	12.47	48098	106392.8	17.7
2050	13.73	666432.8	15.4	61.4	23.2	12.14	54896	122198.5	18.3

注:人口预测数据参考:杜鹏,翟振武,陈卫.中国人口老龄化百年发展趋势.人口研究,2005(6)^[1];消费预测数据根据本文提出的模型计算得到。

四、基本结论

通过上述分析可知,上世纪90年代末,我国老龄人口约为8872万人,消费支出约为2463.1亿元,占全国居民消费支出总量的5.4%,如今新世纪已走过十年,老龄人口数量激增至1.2亿,消费支出达到8961.1亿元,年均增幅7.3%,在居民消费支出中的

比重占到6.7%,这说明老龄人口规模加大已经引起消费水平的变化,增量部分不仅是老年人数量增多带来的消费增长,也是老龄群体更新换代带来了消费观念的转变和消费活力的注入,致使其生活消费各项支出都不同程度地有所增加。

随着经济发展水平的提高和人口老龄化程度的进一步加深,2020年老龄人口比重将超过10%,消费总额将达到24505.0亿元,2025年这一数额将达到34718.8亿元,约占居民消费支出总额的十分之一,2030年仅老龄消费额即可涵盖2002年全国人口消费总量。到2040年,老龄人口比重将首次超过20%,高于未成年人口6.8个百分点,消费支出增至92269.8亿元,截至2050年,老龄消费总量将超过12万亿元,约占全年消费总额的五分之一,此时,老龄人口人均消费水平可达到38363元。这里需作说明的是,上述预测是在假定平均消费倾向及居民收入年均增长速度不变推算而得的,随着老龄人口平均消费倾向和收入水平的变化,需对预测数据做相应调整。尽管如此,从本文预测的老龄消费市场整体发展趋势来看,发现随着时代向前发展和老龄群体的更新换代,人们的消费欲望将不再由于年龄增长而有所停滞,人口老龄化比重的上升对于各地区乃至国家消费水平提高和产业结构升级都将意义深远,有极大可能成为国家刺激内需的新经济增长点以及处在发展瓶颈或现有竞争市场饱和中企业的新利基市场。

老龄群体是全社会共同的资源与财富,国家应抓住机遇发展经济,增强社会对老龄群体的承受力,同时大力扶持老龄产业,鼓励全社会兴办养老事业,使老龄群体摆脱边缘化的社会地位,促使老龄消费成为未来新的经济增长点。在这个过程中,老龄群体的消费心理和行为特征无疑是极有价值的研究方向,值得更多学者投入进来,与实业者共同实现我国老龄消费市场的繁荣和发展。✱

参考文献:

- [1]全国老龄工作委员会.中国人口老龄化发展趋势预测研究报告[R].2006.
- [2]宋保庆,林筱文.人口年龄结构变动对城镇居民消费行为的影响[J].人口与经济,2010(4):11-17.
- [3]应斌.银色市场营销[M].北京:清华大学出版社,2005.
- [4]郭平,陈刚.2006年中国城乡老年人口状况追踪调查数据分析[M].北京:中国社会科学出版社,2009.
- [5]刘超,卢泰宏.西方老年消费行为研究路径与模型评价[J].外国经济与管理,2005,27(11):25-31.

(下转 32 页)

财政扶贫资金主要用来改善贫困地区的生产生活条件, 贫困农户和非贫困农户都能够从财政扶贫资金的投入中获得利益, 作用往往具有很强的广泛性和扩散性; 以工代赈资金仅针对于贫困地区的贫困农户, 其目的是满足贫困农户基本的物质需要; 信贷资金发放给贫困农户后, 按照使用原则将被用于效益较好的种植业、林果业、养殖业以及当地具有较好发展前景的农产品加工项目。正是由于这样的制度设置, 再结合计量结果和新疆农村贫困程度的变化情况, 可以发现三项扶贫资金的扶贫效果往往会存在下面的规律: 当贫困程度较深时, 具有较强盈利性的信贷扶贫资金和较强扩散性的财政扶贫资金更为有效; 当由大范围贫困转为少数人贫困时, 具有较强针对性的以工代赈资金更为有效。可见, 三项扶贫资金在其各自的制度设置下, 它们各有侧重、各有优势、互为补充, 共同服务于新疆农村的扶贫开发事业。✻

Rural Poverty Measurement and Dynamic Performance of anti-poverty funds in Xinjiang

LIU Lin

(Department of Economics and Management, Shi Hezi University, Xinjiang 832003, China)

Abstract: Xinjiang as a multi-ethnic, multi-religious, multi-cultural, multi-language co-exist special areas, solidly and steadily solve the problem of poverty in Xinjiang, which is related to homeland security and stability in border areas. First, estimate the FGT poverty index from 1994 to 2009 found that the breadth of poverty, poverty depth and poverty intensity have volatility and phase. And the significant slowdown in poverty reduction in recent years, even becoming worse. The income gap between rural residents in Xinjiang is not optimistic, which are at the edge of danger. Then, using the state space model to analyze the performance of anti-poverty funds in Xinjiang, the following conclusions: credit funds is the best, the role of financial funds is middle, work-relief funds have good performance in reducing poverty intensity; the same time, summed up the following rules: When the poverty level deeper, with strong profitability of the credit funds and a strong spread of the financial funds are more effective; when only few people poverty, with the highly-targeted work-relief funds are more effectively.

Key words: Xinjiang; rural; FGT poverty index; state-space model

参考文献:

- [1] 厉声, 马大正, 秦其名等. 新疆贫困状况及扶贫开发[M]. 乌鲁木齐: 新疆人民出版社, 2010.
- [2] 玛依拉·米吉提, 阿依吐逊·玉素甫. 经济增长、收入分配与贫困对新疆农村居民贫困变动的实证分析[J]. 经济问题, 2010(1): 69-72.
- [3] 李翠锦. 新疆农村贫困的测度及其变动原因分析[J]. 安徽农业科学, 2010(11): 5956-5959.
- [4] 郭晖, 刘芳, 柴军, 赵明亮. 扶贫模式的作用机理与评析以新疆以工代赈为例[J]. 农业现代化研究, 2004(6): 429-433.
- [5] 李万明, 王太祥, 胡宜挺. 新疆兵团边境贫困农场现状及扶贫效应分析[J]. 石河子大学学报(哲学社会科学版), 2005(3): 1-5.
- [6] 赵珍, 石延玲. 新疆扶贫资金投入及使用的绩效分析[J]. 新疆财经, 2006(4): 9-13.
- [7] Foster J, Greer J, Erik Thorbecke. A Class of Decomposable Poverty Measures [J]. Journal of Econometrics, 1984, 52(3): 227-321.
- [8] Villaseñor J, Arnold B C. Elliptical Lorenz curves [J]. Journal of Econometrics, 1989, 40(2): 327-338.
- [9] Kakwani N. On a Class of Poverty Measures [J]. Econometrica, 1980, 48(2): 437-446.
- [10] Harry. Forecasting Structural Time Series Models and the Kalman Filter [M]. New York: Cambridge University Press, 1999.
- [11] Hamilton. Time Series Analysis [M]. New Jersey: Princeton University Press, 1994.
- [12] 高铁梅. 计量经济分析方法与建模: EViews 应用及实例 [M]. 北京: 清华大学出版社, 2006.

(上接 26 页)

- [6] 杜鹏, 王武林. 论人口老龄化程度城乡差异的转变[J]. 人口研究, 2010, 34(3): 3-10.
- [7] 王金营, 付秀彬. 考虑人口年龄结构变动的中国消费函数计量分析——兼论中国人口老龄化对消费的影响[J]. 人口研究, 2006(1): 29-36.

- [8] 李建民. 老年人消费需求影响因素分析及我国老年人消费需求增长预测[J]. 人口与经济, 2001(5): 10-16.
- [10] 国家统计局. 中国统计年鉴 2011 [M]. 北京: 中国统计出版社, 2011.
- [11] 杜鹏, 翟振武, 陈卫. 中国人口老龄化百年发展趋势[J]. 人口研究, 2005(6): 90-93.

Consumption of Aging Population in China: Status Quo and Trend

JIN Xiao-tong^{a,b}, WANG Tian-xin^b

(a. Center for Quantitative Economics; b. School of Business, Jilin University, Changchun 130012)

Abstract: China is in the phase of rapid aging currently so that aging population size increases to the state and society a heavy burden on health care and pension, but the growing consumption of aging population year after year also bears the great consumer potentialities and market opportunities. This present paper analyses the elderly consumers' daily spending and makes quantitative predictions of future needs and consumption level in order to provide references for enterprises to expand aging markets and for relevant government departments to develop plans.

Key words: Aging Trend of Population; Consumption of Aging Population; Trend Forecasting