



宏观研究

【粤开宏观】破解中美消费迷思：从统计核算到实物量的全面比较(2025)

2025年06月24日

分析师：罗志恒

执业编号：S0300520110001

电话：010-83755580

邮箱：luozhiheng@y kzq.com

近期报告

《【粤开宏观】关于科创板改革的学习理解：三重意义，四大亮点》2025-06-19

《【粤开宏观】消费要有“钱”亦有“闲”：优化假期制度的必要性与建议》2025-06-18

《【粤开宏观】中美关税战的终局在经济韧性与财政空间：中美财政空间比较》2025-06-15

《【粤开宏观】中美关税博弈下一步：特朗普的底气与约束》2025-06-08

《【粤开宏观】如何发展服务消费？中国服务消费的特征事实、制约因素和提振路径》2025-06-02

摘要：

居民消费作为总需求的重要组成部分，既是生产活动的最终目的和根本动力，也是人民美好生活需要的直接体现。近年来，提振居民消费一直是我国宏观经济治理的重要内容。同时，美国的居民消费在全球需求体系中占有重要地位，中美居民消费间的比较备受关注。中美居民消费差距到底有多大？应如何选取合适指标比较中美居民消费？如何认识中国居民消费的提升空间？本文从国民经济核算和实物消费量两个维度，全面比较中美居民消费的总体特征与各类结构性差异，总结关于我国居民消费空间评估和消费提振的启示。

不同国家的居民消费比较可以从四个角度进行，需综合来看，否则容易得出片面的结论。一是人均消费支出直接比较，但是容易受到价格和汇率的影响，导致最直观的比较方式可能缺乏可比性；二是剔除价格和汇率因素，看消费的相对量即消费率（最终消费支出占GDP的比重），但是这个指标与发展阶段和发展模式有关，如果经济是投资驱动增长的发展模式，消费率自然偏低，如果是经济发展处于初期阶段，大部分产品都用于消费，消费率自然偏高，不能机械根据该指标高低来判断；三是回归消费的本源，消费衡量的是居民的生活水平，可以用实物量来衡量；四是既要总量看消费，更要从结构维度看消费，包括商品消费和服务消费的占比、商品消费和服务消费内部中生存型和发展型消费的占比等衡量消费升级情况，包括不同群体、不同区域的消费均衡情况。

一、国民经济核算层面的中美消费比较

从中美人均消费支出金额看，美国人均居民消费金额是中国的近11倍，但因为美国价格明显更高，该指标高估了中美消费差距。从消费率看，无论是直接比较还是考虑发展阶段后的比较，美国消费率（最终消费支出/GDP）都较中国高出20个百分点以上，其中商品消费率大致相当，差异主要源于服务消费。即使剔除医疗、住房等有争议的“痛苦消费”后比较，中美消费率依然相差20多个百分点。

从结构上看，中国居民在饮食、住房等基础性需求的消费占比高于美国，交通教育文娱等改善型消费占总消费的比例显著低于美国。从区域分布看，美国各州之间的居民消费支出水平较为均衡，而中国各省份间差异较大。

二、实物量消费层面的中美消费对比

食品方面，中国早已解决温饱问题，但肉、蛋、奶的人均消费量仍只相当于美国30%-40%的水平。汽车消费方面，中国汽车保有和年销总量均超美国，但人均保有量相当于美国的30%。耐用品消费方面，中国冰箱、洗衣机等基础型家电的户均保有量与美国差距较小，但洗碗机、微波炉等升级型家电较美国仍有很大差距；美国家庭人均用电是中国的3倍以上，也间接表明美国家庭电器类消费量仍整体显著高于中国。住房服务消费方面，中国人均住房面积相当于美国的50%-60%，居住质量也还有提升空间。生活性服务消费方面，中国居民在旅游、观影等主要服务领域的人均年消费次数相当于美国



40%-60%的水平。

综上，一是中美间的实物量消费差距明显低于金额绝对量差距；二是中国消费率偏低、居民消费有较大提升空间仍是客观事实；三是提振消费应充分考虑中国服务消费差距突出、改善型消费占比低、区域消费不均衡等结构性特征，以精准施策。

风险提示：数据口径差异、数据可得性都可能导致数据分析准确度有待提高



目 录

一、国民经济核算层面的中美消费对比.....	4
(一) 人均消费金额可能高估了中美消费差距，但中国居民消费率仍显著低于美国.....	4
(二) 剔除自有住房租金、医疗消费后，中美消费率仍有较大差距.....	5
(三) 中美居民消费率的差距主要来自服务领域.....	6
(四) 中国居民消费仍侧重满足基础需求，改善型消费较低.....	7
(五) 中国内部不同区域间居民消费差距大于美国.....	8
(六) 中美消费价格差异显著，经济核算难以还原消费全貌.....	9
二、实物消费量层面的中美消费对比.....	10
(一) 食品：中国早已解决“吃饱”问题，但在“吃好”上还有发展空间.....	10
(二) 汽车：保有和年销总量均超美国，人均保有量相当于美国的 30%、人均年销量相当于美国的 40-50%..	12
(三) 耐用消费品：中美基础型家电消费差距小、升级型家电差距大，美国家庭人均用电是中国的 3 倍以上	13
(四) 住房服务：中国人均住房面积相当于美国的 50%-60%.....	14
(五) 生活服务：中国在代表性生活服务领域的消费次数相当于美国 40%-60%.....	15
三、结论和启示.....	15

图表目录

图表 1： 中美居民消费总额和人均居民消费额比较（2024 年支出法 GDP 口径）.....	4
图表 2： 中国（红色点）、美国（蓝色点）的人均 GDP 和居民消费率比较.....	5
图表 3： 美国医疗消费和自有住房租金合计占 GDP 的比重高于中国.....	5
图表 4： 不考虑自有住房和医疗消费，中国居民消费率仍然更低（2023 年）.....	6
图表 5： 中美商品消费占 GDP 差别不大、服务消费差距显著（2023 年）.....	6
图表 6： 剔除自有住房和医疗消费后，中美服务消费差距依然较大（2023 年）.....	7
图表 7： 各类别商品消费占商品消费比重（2023 年）.....	7
图表 8： 各类别服务消费占服务消费比重（2023 年）.....	8
图表 9： 中国内部区域间居民消费差距大于美国（2023 年）.....	9
图表 10： 中美部分食品价格对比（2024 年 6 月-2025 年 6 月期间的调查数据）.....	9
图表 11： 中美部分服务价格对比（2024 年 6 月-2025 年 6 月期间的调查数据）.....	10
图表 12： 中国人均每日食物热量摄入已超 3000 千卡（2023 年）.....	11
图表 13： 中国人均每日蛋白质摄入量已经与美国相当（2023 年）.....	11
图表 14： 中国居民蛋白质摄入以植物蛋白为主、蛋奶占比较低（2022 年）.....	11
图表 15： 中美主要食品人均消费量对比.....	12
图表 16： 中国人均广义汽车保有量约为美国的 30%.....	12
图表 17： 中国（2022 年）和美国（2020 年）主要家电的每百户家庭保有量.....	13
图表 18： 美国人均年家庭用电量是中国的 3.3 倍（2023 年）.....	14
图表 19： 中国（2020 年）与美国（2021 年）人均住房面积.....	14
图表 20： 中国（2020 年）居民住房配备基础生活设施的比例.....	15
图表 21： 中美人均旅游和观影次数对比（2023 年）.....	15



一、国民经济核算层面的中美消费对比

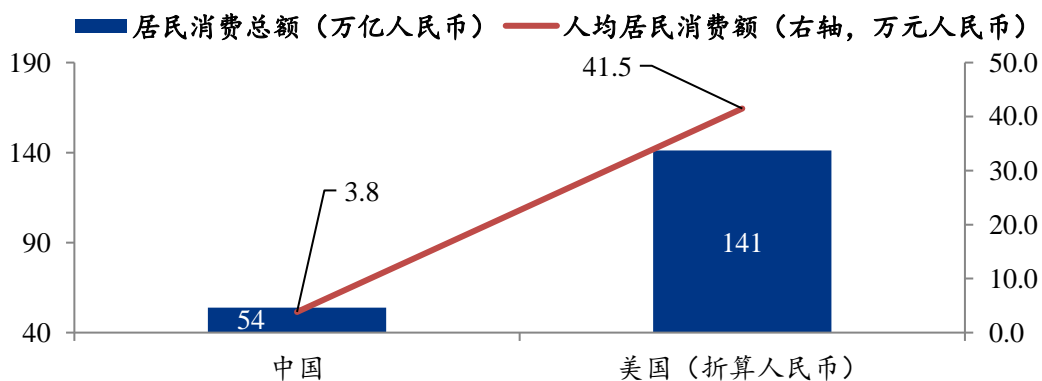
在国民经济核算中，居民消费是指用于满足居民最终消费需求的各类支出，不仅包括居民实际支付的商品和服务支出，还包括：政府和其他机构为居民提供的、居民未直接付费的商品与服务（如医保报销费用、未直接付费的金融服务等），以及居民自产自用的商品与服务（如自有住房折算租金）。

由于统计核算中的技术性差异，在比较中美居民消费时，需要注意区别不同的消费核算口径（详见附录）：在比较总体消费和消费率时，两国的数据都应基于支出法 GDP 核算口径，并注意自有住房折算租金的核算差别；在比较消费结构时，中国只有来自住户调查的消费结构数据，这时要注意到中国住户调查口径的居民消费核算范围相对较窄，需进行必要调整。理解这些技术性差异，是进行消费跨国比较、得出有效判断的前提。

（一）人均消费金额可能高估了中美消费差距，但中国居民消费率仍显著低于美国

按平均汇率折算，美国人均居民消费金额是中国的近 11 倍，但因为两国消费价格差异，居民消费金额可能高估了中美消费差距。2024 年，中国支出法 GDP 中的居民消费支出为 53.9 万亿元；美国支出法核算中的居民消费支出为 19.8 万亿美元，按中美平均汇率折算约合 141 万亿人民币，是中国的 2.6 倍。结合人口数据，中国居民人均最终消费金额为 3.8 万元人民币（支出法 GDP 口径），而美国则高达 41.5 万元人民币，是中国的 10.8 倍。从人均消费额的数据直接比较，中美居民消费的差距巨大。但考虑到中美间消费价格存在差异，美国消费价格或许更高，名义人均消费支出可能并非衡量中美消费差距的合适指标。

图表1：中美居民消费总额和人均居民消费额比较（2024 年支出法 GDP 口径）



资料来源：wind、美国经济分析局、粤开证券研究院

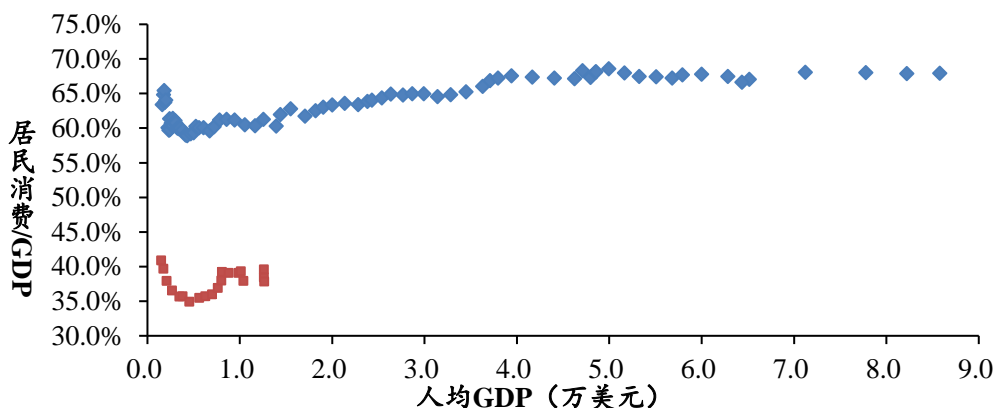
居民消费率（居民消费支出/GDP）在一定程度上可以弱化价格水平差异的影响，因为其分子和分母都是包含价格因素的名义值。尽管该指标受到经济发展阶段的影响，不能成为评价消费水平的绝对标准，也不能完全消除价格差异的扰动。但在国际比较时，居民消费率可以成为评估居民消费在总需求中的地位以及居民消费提升空间的重要参考。

美国居民消费率长期以来超过 60%，较中国高出 20 个百分点以上。1946-2024 年，美国的人均 GDP 从约 1600 美元增长至 8.6 万美元，这期间的居民消费率基本都在 60%



以上。2024 年，中国居民消费率为 39.9%，较 2024 年的美国（67.9%）低 28 个百分点。如果结合发展阶段，2024 年中国的人均 GDP（约 1.3 万美元）与 1980 年的美国相当，当时美国消费率为 61.3%，亦较 2024 年的中国高 21 个百分点。所以，中美在居民消费率上也存在较大差距，但差距的幅度远不如消费绝对金额那么大。

图表2：中国（红色点）、美国（蓝色点）的人均 GDP 和居民消费率比较



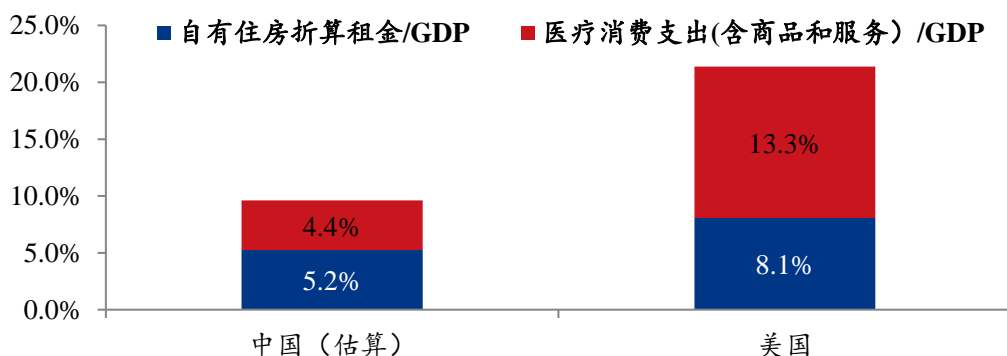
资料来源：wind、美国经济分析局、粤开证券研究院

（二）剔除自有住房租金、医疗消费后，中美消费率仍有较大差距

在经济核算上比较中美居民消费率，还应注意两个受到广泛讨论的问题：一是中美间自有住房折算租金核算方法差距大，中国可能低估了居民自有住房消费水平。美国 and 大多数发达国家一样，主要通过市场可比租金衡量居民通过自有住房为自身提供的居住服务价值。但中国目前的自有住房租金正处于从建造成本核算向市场租金核算的过渡阶段，自有住房的服务价值可能低估。

二是医疗和住房消费的体感较为“痛苦”，美国的医疗和自有住房消费占比较高，可能推高了美国消费率，高估了美国的消费水平。数据显示，2023 年，美国医疗消费和自有住房租金合计占 GDP 的比重为 21.4%，较中国（估算值为 9.6%¹）高出 11.8 个百分点。

图表3：美国医疗消费和自有住房租金合计占 GDP 的比重高于中国



资料来源：wind、美国经济分析局、粤开证券研究院

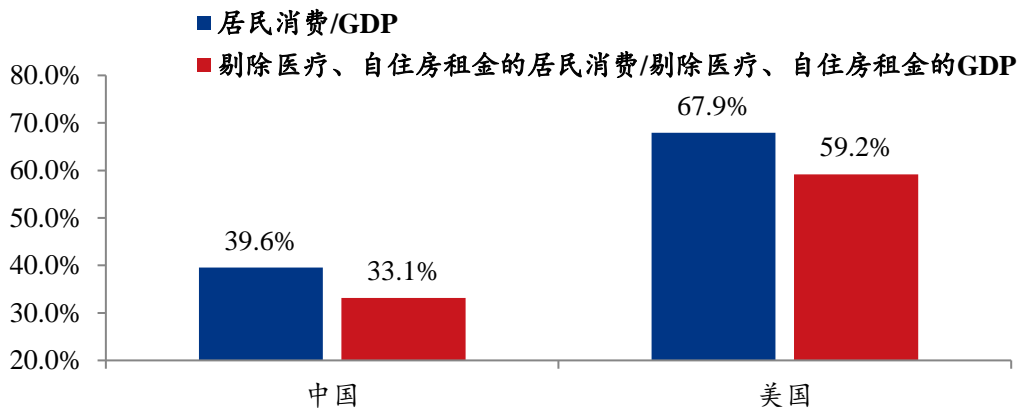
¹ 1) 2023 年中国自有住房折算租金=(居民人均居住分项消费支出-居民人均居住分项现金消费支出)*年均人口+2023 年实施城镇居民自有住房服务核算方法改革调增 1.34 万亿元 GDP。

2) 因住户调查人均医疗消费支出不包括通过医保报销的支出(统计局：2013 年《居民消费支出分类》第 25 页)，估算中国居民医疗消费=住户调查人均医疗消费支出*年均人口+居民基本医保报销支出(财政决算数)



为了更准确地衡量中美居民消费水平，简便的方法是将自有住房租金和医疗消费同时从消费率计算的分子分母中剔除。这时中美居民消费率差距有所缩小，但中国仍比美国要低 26 个百分点。2023 年，如果将自有住房租金和医疗消费同时从居民消费和 GDP 中剔除，则美国居民消费占 GDP 的比重降至 59.2%，中国降至 33.1%，中国仍较美国低 26.1 个百分点。所以，即使存在自有住房核算差异和所谓“痛苦”消费问题，中国的居民消费率依然显著低于美国。

图表4：不考虑自住房和医疗消费，中国居民消费率仍然更低（2023 年）



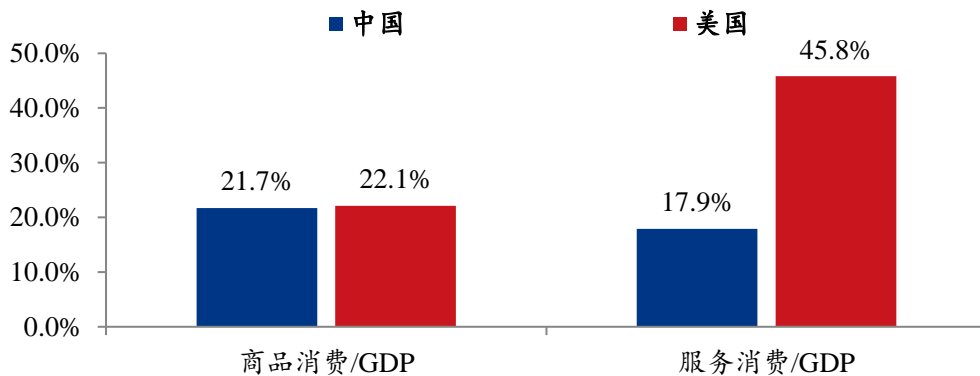
资料来源：wind、美国经济分析局、粤开证券研究院

（三）中美居民消费率的差距主要来自服务领域

从消费的商品和服务结构上观察，中美间居民商品消费率无明显差距，居民消费率的差距绝大部分来自服务领域。2023 年，美国居民商品消费占 GDP 比重为 22.1%，而估算中国居民商品消费占 GDP 比重为 21.7%（假设支出法中商品消费占比与住户调查中的比例一致），没有明显差距。

但 2023 年，中国居民服务消费占 GDP 比重只有 17.9%，美国高达 45.8%，较中国高 27.9 个百分点。这既说明中美居民消费率的差距绝大部分来自服务消费领域，也说明美国的服务消费占比大幅高于中国。

图表5：中美商品消费占 GDP 差别不大、服务消费差距显著（2023 年）



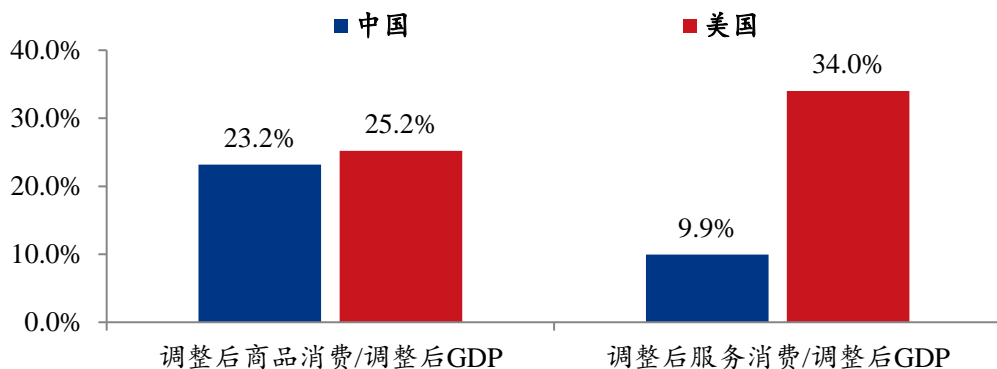
资料来源：wind、美国经济分析局、粤开证券研究院

同样地，由于自有住房租金和医疗消费主要体现为服务消费，所以也有必要剔除这两类消费观察中美商品和服务消费的差距。但结论依旧是中国的居民服务消费率大幅低



于美国。2023 年，中国剔除自有住房租金和医疗服务消费后的居民服务消费占同口径调整的 GDP 比重为 9.9%，较美国（34.0%）低 24.1 个百分点；同口径调整的中美居民商品消费率则依然没有明显差距。

图表6：剔除自有住房和医疗消费后，中美服务消费差距依然较大（2023 年）



资料来源：wind、美国经济分析局、粤开证券研究院

注：调整后商品消费=商品消费-医疗商品消费；调整后服务消费=服务消费-自有住房租金-医疗服务消费；调整后GDP=GDP-自有住房租金-医疗商品和服务消费

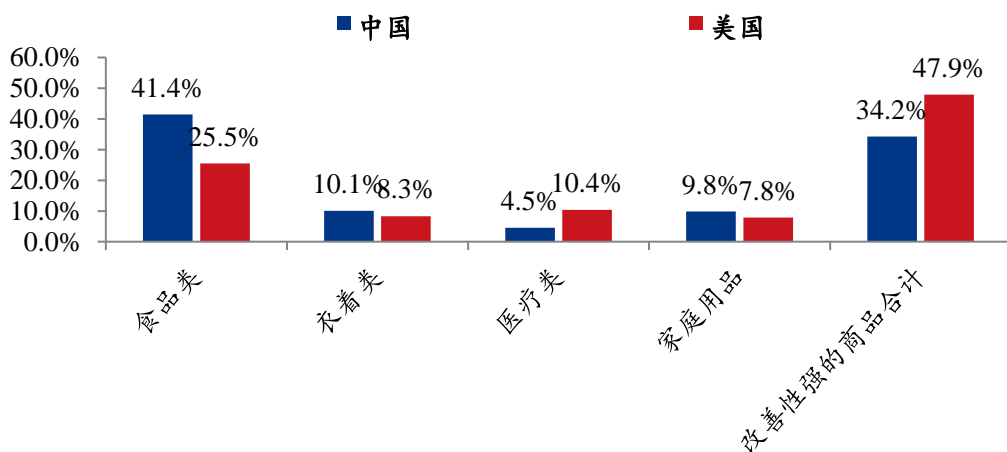
（四）中国居民消费仍侧重满足基础需求，改善型消费较低

进一步在结构上比较中美消费，可见在商品和服务消费内部：中国居民消费中更大比例地用于满足饮食、住房等基础性需求，交通、教育、文娱等改善型发展型消费占总消费的比例低于美国。

商品消费方面，虽然中美商品消费总额占 GDP 的比重基本一致，但在商品消费内部，2023 年中国居民仍然将 41.4% 的商品消费用于购买食品类商品，较美国高约 16 个百分点；中国商品消费中的衣着类占比（10.1%）和家庭用品占比（9.8%，主要是家具家居用品）也略高于美国。而美国的医疗类商品消费占比（10.4%）高于中国（4.5%）。

改善属性较强的交通通信、教育文娱类商品和其他商品在中国无法拆分出细项比较，将这些商品统一归为“改善性较强的商品”。可见改善性较强的商品占到中国居民商品消费的 34.2%，较美国低 13.7 个百分点。

图表7：各类别商品消费占商品消费比重（2023 年）

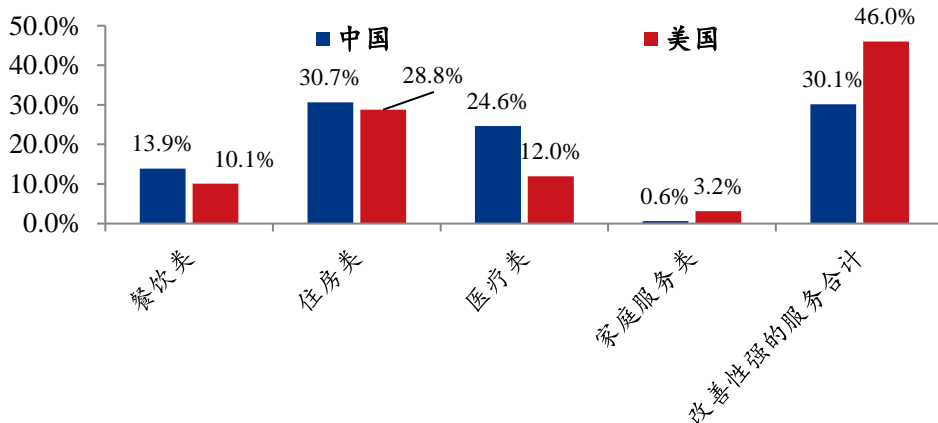




资料来源：wind、美国经济分析局、粤开证券研究院

服务消费方面，2023 年中国改善属性的服务消费（含交通通信、教育文娱、住宿、养老照护、金融等服务）合计占总服务消费的 30.1%，较美国低 15.9 个百分点。中国居民服务消费中有 13.9% 用于餐饮服务，较美国高 2.8 个百分点。中国住房服务（含自有住房租金）占服务消费的比重（30.7%）略高于美国，考虑到中国自有住房租金的低估现状以及中国自有住房率更高的事实，中国住房服务占服务消费的比重或许会更高，包括改善性服务在内的其他服务占服务消费的比重或许会更低。

图表8：各类别服务消费占服务消费比重（2023 年）



资料来源：wind、美国经济分析局、粤开证券研究院

注：包括服务消费在内的中国居民消费的基础结构数据只能来自住户调查的八大类消费，但该口径数据较支出法 GDP 口径的核算范围存在差异。为了口径统一地比较中美服务消费的结构，我们对中美各自的消费数据作如下处理：第一，中国住户调查数据不涵盖居民间接获得的金融服务价值，且该部分数据难以估算，因此在美国服务消费中扣除美国居民间接获得的金融服务消费，以便统一口径；第二，中国住户调查数据不涵盖居民通过医保报销覆盖的医疗消费，这里调整中国居民医疗消费=住户调查的医疗消费支出+居民基本医保报销支出（来自财政决算）。

（五）中国内部不同区域间居民消费差距大于美国

比较中美内部不同区域间的居民消费，可见美国各州之间居民消费水平更为均衡，而中国各省级行政区之间的居民消费差距大于美国。将 2023 年中国、美国人均居民消费支出最低的省（州）的人均消费值设为 100，以此为基准将其他省（州）的人均居民消费支出全部指数化，可见：美国居民消费支出在各州间的差距较小，中国各省间的消费支出差距较大（图表 9）。

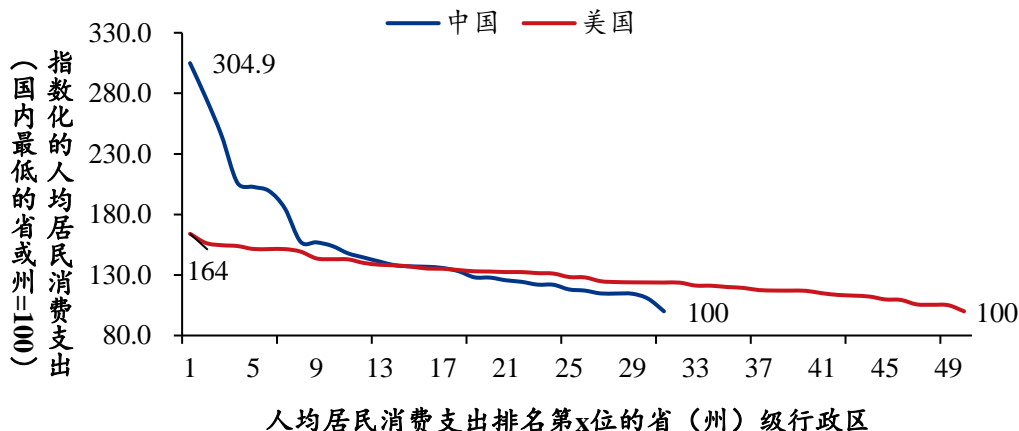
此外，变异系数能够反映整体数据分布的离散程度，数值越大表示区域间差异越显著，越小则说明分布越集中、越均衡。2023 年，中国除港澳台外的所有省级行政区人均居民消费支出的变异系数为 32%，而美国 50 个州仅为 12%，这说明中国区域间居民消费明显更不均衡。

进一步看具体数据：中国 2023 年人均居民消费支出最高的省级行政区是上海市（5.3 万元），处于中位水平的是四川省（2.4 万元），最低的是西藏自治区（1.7 万元），最高值分别是中位值和最低值的 2.2 和 3.0 倍；美国 2023 年人均居民消费支出最高的州是马萨诸塞州（6.9 万美元），处于中位水平的是亚利桑那州（5.4 万美元），最低的是密西西比



州（4.2 万美元），最高值分别是中位值和最低值的 1.3 和 1.6 倍。

图表9：中国内部区域间居民消费差距大于美国（2023 年）



资料来源: wind、美国经济分析局、粤开证券研究院

（六）中美消费价格差异显著，经济核算难以还原消费全貌

上述国民经济核算层面的消费数据，虽然能够系统呈现消费在总需求中的地位及其结构特征，但在跨国比较中，其结果还是容易受到消费价格差异的显著干扰。中美之间在各类消费品与服务上的价格存在倍数级差距。根据全球生活成本数据库（NUMBEO）的调查统计，除牛奶外，大部分美国食品价格都高于中国。按中美汇率折算后，美国的鸡蛋价格是中国的 2.7 倍，苹果价格是中国的 3 倍、生菜价格是中国的 3.7 倍。

图表10：中美部分食品价格对比（2024 年 6 月-2025 年 6 月期间的调查数据）

类别	商品	中国 (元)	美国 (折算人民币元)	美国/中国
食品饮料	牛奶 (1 升)	12.9	7.6	59%
	白米 (1 公斤)	6.8	33.2	490%
	鸡蛋 (12 个装)	11.4	30.9	270%
	鸡胸肉 (1 公斤)	23.6	87.7	371%
	牛肉 (1 公斤)	77.1	117.2	152%
	苹果 (1 公斤)	12.9	37.9	295%
	香蕉 (1 公斤)	9.1	12.1	132%
	橙子 (1 公斤)	10.6	32.3	306%
	西红柿 (1 公斤)	8.4	35.3	420%
	土豆 (1 公斤)	5.3	21.1	397%
	洋葱 (1 公斤)	6.4	22.0	342%
	生菜 (1 颗)	4.3	15.8	371%
	可乐 (330ml)	3.3	18.4	558%
	本地啤酒 (500ml)	7.0	43.1	616%

资料来源: wind、NUMBEO、粤开证券研究院

在服务领域，价格差异同样显著。按中美汇率折算，美国中档餐厅双人餐价格是中国的 3 倍以上、出租车里程单价是中国的 5 倍、住房水电燃气费用是中国的 4 倍、电影



票价是中国的 2.2 倍。

价格差异的存在使得居民消费支出在货币计量下难以准确反映居民实际获得的商品和服务消费规模。即便在购买力平价（PPP）调整下，也难以全面纠正结构性扭曲，因为不同商品和服务之间的价格差异幅度各异。因此，若仅依赖国民经济核算中的居民消费支出数据，难以全面刻画中美两国在实际消费水平和结构上的真实差距。为了更准确地理解中美居民消费的水平与结构，有必要进行实物量消费层面的比较。

图表11：中美部分服务价格对比（2024年6月-2025年6月期间的调查数据）

类别	商品/服务	中国（元）	美国 （折算人民币元）	美国/中国
餐饮服务	麦当劳基础套餐	35.0	82.6	236%
	中档餐厅双人餐	170.0	538.7	317%
交通	单程公共交通	3.0	18.0	599%
	出租车（1公里）	2.5	12.5	500%
住房	85 平住房月均水电采暖费	366	1497	409%
	市中心三居室月租	6497	20646	318%
	郊区三居室月租	3867	17207	445%
各类服务	电信套餐月费	71	411	576%
	健身房月费	286	330	115%
	电影票均价	45	101	223%
	全天幼托月费（私立）	2911	9859	339%

资料来源：wind、NUMBEO、粤开证券研究院

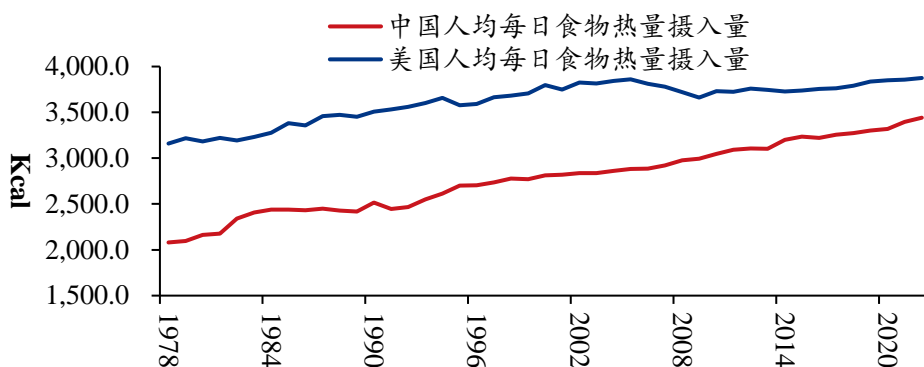
二、实物消费量层面的中美消费对比

（一）食品：中国早已解决“吃饱”问题，但在“吃好”上还有发展空间

经过 70 余年的经济发展，我国居民目前在食品消费方面的基本事实是：已经完全解决了“吃饱”的问题，也在不断地“吃得更好”。据联合国粮农组织数据，我国 2022 年人均每日食物热量摄入 3441 千卡，是 1978 年的 1.7 倍；而一个成年男子的每日推荐摄入总热量在 2400 千卡左右，中国居民在“吃饱”上早已没有问题。同期，美国人均每日食物热量摄入 3875 千卡，较中国高出 13%。同时，中国人均每日蛋白质摄入量已经与美国相当，2022 年达到 128 克，已略高于美国。但需要注意的是，由于人类每日需要摄入的热量总是有限的，对于发展水平平均已超过温饱阶段的中国和美国而言，食物热量与蛋白质摄入方面的差别并不能说明中美居民在饮食水平方面的差距。

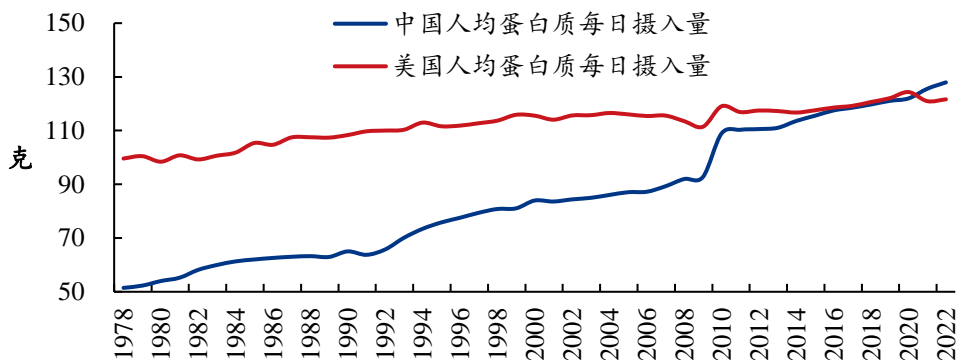


图表12：中国人均每日食物热量摄入已超 3000 千卡（2023 年）



资料来源：wind、联合国粮农组织、Our World in Data、粤开证券研究院

图表13：中国人均每日蛋白质摄入量已经与美国相当（2023 年）

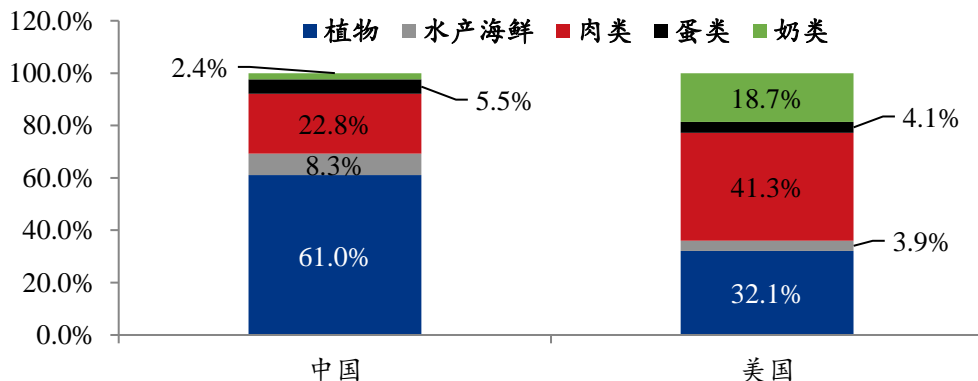


资料来源：wind、联合国粮农组织、Our World in Data、粤开证券研究院

在饮食质量层面，中国目前在“吃得更好”的层面较美国尚有差距：

首先，中国居民目前的蛋白质摄入以植物蛋白为主，蛋类、奶类等优质蛋白摄入占比偏低。据联合国粮农组织数据，2022 年，中国居民摄入蛋白质中有 61%来自植物，较美国高约 29 个百分点；22.8%来自肉类，较美国低约 18 个百分点。来自奶类、蛋类的占比合计为 7.9%，较美国低约 15 个百分点。

图表14：中国居民蛋白质摄入以植物蛋白为主、蛋奶占比较低（2022 年）

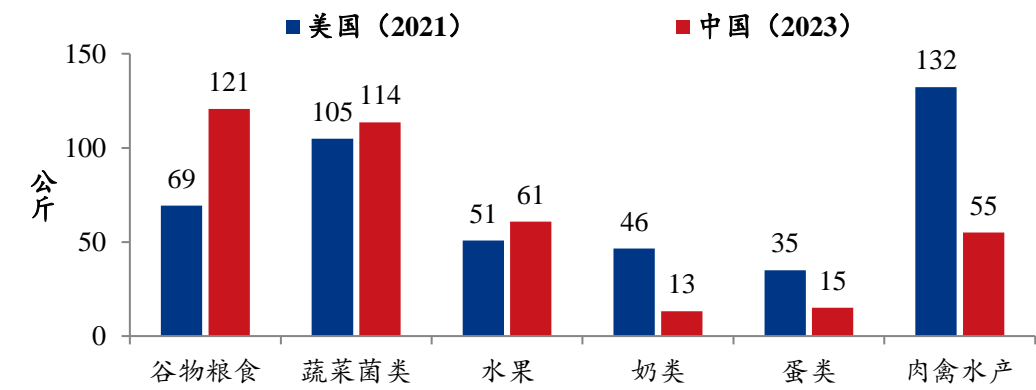


资料来源：wind、联合国粮农组织、Our World in Data、粤开证券研究院



其次，中国肉类、蛋类、奶类人均消费量仍只相当于美国 30%-40%的水平。根据美国农业部数据，美国 2021 年人均谷物消费量 69 公斤，较中国低约 50 公斤，美国在蔬菜、水果上的人均消费量也低于中国；但美国在奶类、蛋类、肉禽水产品的消费量高于中国，分别是 46 公斤、35 公斤和 132 公斤，中国在这些食品上的人均消费量只相当于美国的 30%-40%。

图表15：中美主要食品人均消费量对比

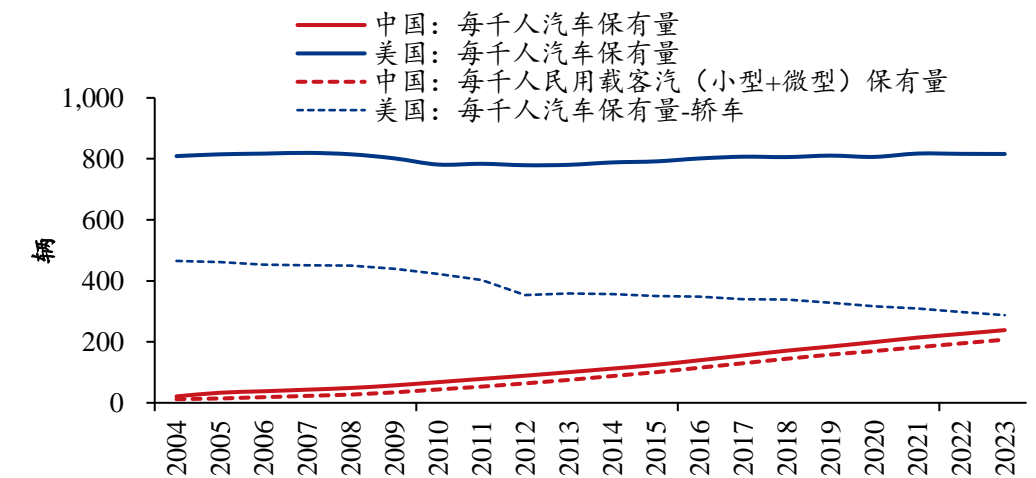


资料来源：wind、美国农业部、粤开证券研究院

（二）汽车：保有和年销总量均超美国，人均保有量相当于美国的 30%、人均年销量相当于美国的 40-50%

从包含所有类型汽车的最广义汽车定义来看，我国汽车保有总量较美国高出 20% 以上，但当前人均汽车保有量约为美国的 30%。据美国交通部数据，2023 年美国广义汽车保有量（除摩托车外的注册机动车）2.75 亿辆；据中国公安部数据，2023 年我国汽车保有量 3.36 亿辆，广义汽车保有总量较美国高出 22%。中国每千人广义汽车保有量 2023 年达到 238 辆，是 2004 年的 11.3 倍，增长显著。但也要看到美国的每千人广义汽车保有量是 816 辆，中国的人均保有量水平相当于美国的约 30%。

图表16：中国人均广义汽车保有量约为美国的 30%



资料来源：wind、美国交通部、粤开证券研究院

如果观察更直接体现居民消费的私人乘用车数据，2023 年，中国每千人小型、微型民用载客汽车保有量为 207 辆。美国没有同口径的保有量直接可比数据，因为有相当一



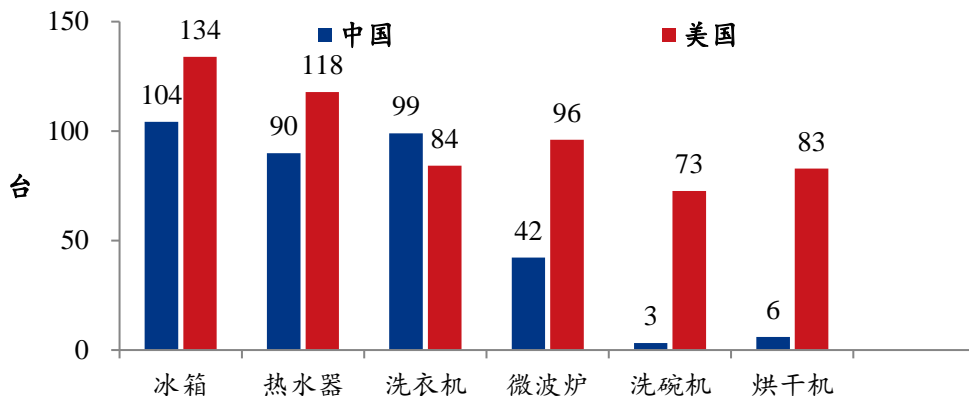
部分美国居民将轻型卡车作为家庭用车（但家用卡车数据又无法从卡车总量数据中分离），2011 年以来美国人均轿车保有量不断下降、人均卡车保有量开始超过轿车。但即使只考虑保有量逐渐降低的轿车，2023 年美国每千人轿车保有量仍有 287 辆，较中国小微型载人均保有量高出约 39%。

（三）耐用消费品：中美基础型家电消费差距小、升级型家电差距大，美国家庭人均用电是中国的 3 倍以上

中国冰箱、洗衣机等基础家电的户均保有量与美国差距较小，但洗碗机、微波炉等升级型家电的户均保有量仍与美国有较大差距。2022 年，我国每百户家庭冰箱、热水器户均保有量分别达到 104 台、90 台，均相当于美国户均保有量的近 80%；我国每百户家庭洗衣机保有量（99 台）还要较美国高出 18%（美国居民有洗衣房或外送洗衣习惯）。

但我国百户家庭微波炉保有量还只有 42 台，不到美国户均保有量的一半。洗碗机、烘干机等家电保有量差距更大：美国每百户家庭洗碗机和烘干机保有量分别为 73 台和 83 台，我国每百户家庭洗碗机和烘干机的保有量均不足 10 台。

图表17：中国（2022 年）和美国（2020 年）主要家电的每百户家庭保有量

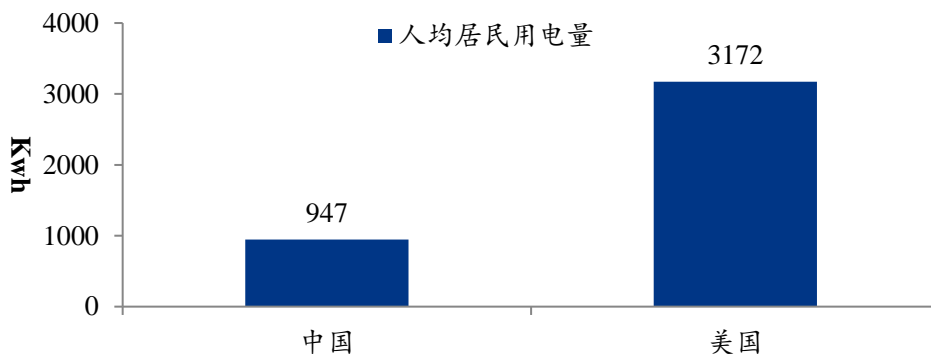


资料来源：wind、美国能源署、中怡康、粤开证券研究院

由于数据有限，我们难以全部列出庞杂的耐用消费品数据。但在电气化时代，家庭用电或许成为观察中美实物消费量一个间接视角：美国家庭人均用电量是中国 3 倍以上，显示美国居民对家用电器的实物消费很可能依然整体上高于中国。中国 2022 年城乡居民生活用电合计 1.3 万亿度，人均用电 947 度。根据美国能源署（EIA）数据，2022 年美国家庭平均从电网购买电量为 1.08 万亿度（Kwh），折算人均家庭用电约 3170 度，是中国的 3.3 倍。虽然中美之间生活用电的差距受到生活习惯和环保意识的影响，但如此显著的差距依然可以说明在普遍意义上，美国居民对家用电器的实物消费依然较大幅地高于中国。



图表18：美国人均年家庭用电量是中国的 3.3 倍（2023 年）

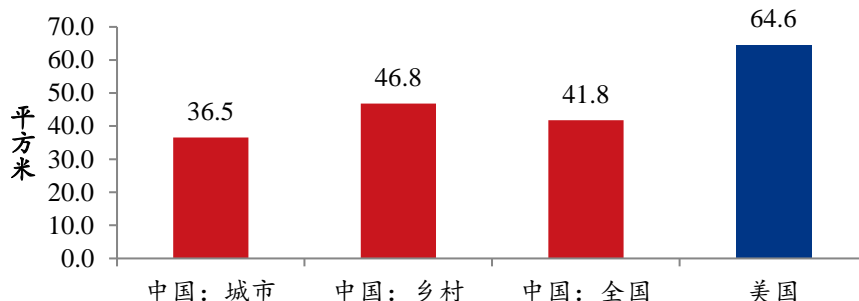


资料来源：wind、美国能源署、粤开证券研究院

（四）住房服务：中国人均住房面积相当于美国的 50%-60%

住房是中美居民服务消费中的重要组成部分，目前中国人均住房面积是美国 50%-60% 的水平。据 2020 年人口普查数据，我国城市人均居住面积 36.5 平方米，乡村人均居住面积（46.8 平方米）较城市高出约 10 平方米；全国平均看，我国人均居住面积 41.8 平方米（统计的是建筑面积）。同时，根据美国人口普查局数据，2021 年美国人均住房面积约 64.6 平方米（统计的是室内使用面积）。按 15% 的建筑面积公摊率折算，我国人均住房面积约相当于美国的 55%。不过，考虑到美国人口密度更低、居民更多居住在独栋住宅中，人均居住面积往往更高。

图表19：中国（2020 年）与美国（2021 年）人均住房面积

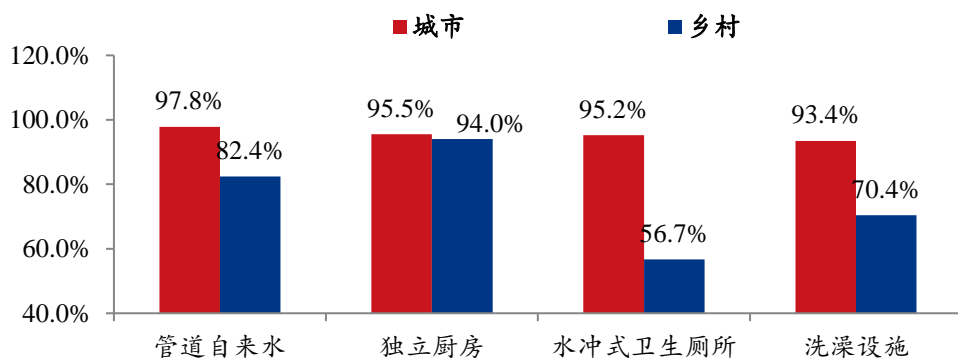


资料来源：wind、《中国人口普查年鉴（2020）》、美国人口普查局、粤开证券研究院；注意：中国统计的是建筑面积，美国统计的是室内使用面积，两者不能直接简单比较，中国数据需要考虑剔除公摊面积后的实际使用面积。

在居住质量方面，我国居民尤其是农村居民的住房服务质量还有较大提升空间。2020 年，城市居民住房中，配有管道自来水、独立厨房、水冲式卫生厕所以及洗澡设施的比例分别是 97.8%、95.5%、95.2%和 93.4%；乡村地区居民住房中，独立厨房的配备比例超过 90%，但是管道自来水、水冲式卫生厕所以及洗澡设施的配备比例分别只有 82.4%、56.7%和 70.4%。



图表20：中国（2020年）居民住房配备基础生活设施的比例



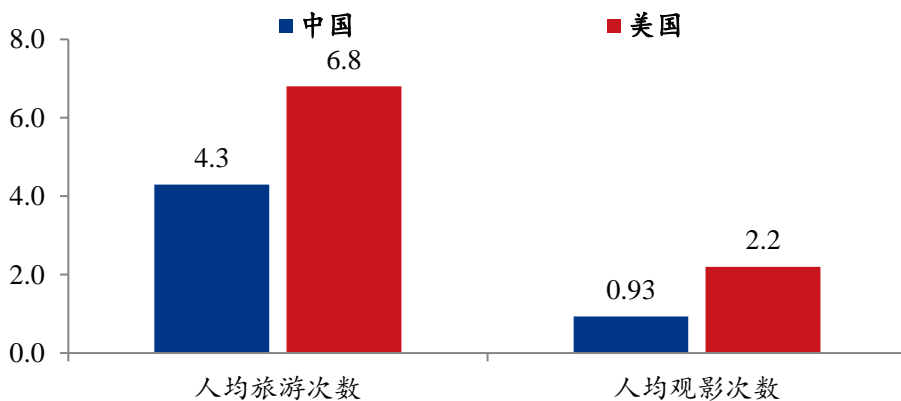
资料来源：wind、《中国人口普查年鉴（2020）》、粤开证券研究院

（五）生活服务：中国在代表性生活服务领域的消费次数相当于美国 40%-60%

服务消费领域缺乏较直接的实物消费统计数据。通过观察旅游、电影等行业的消费人次，我们可以看到中国居民在主要服务领域的消费次数相当于美国 40%-60%的水平。

2023年，美国国内旅游约 23.8 亿人次，人均年旅游次数约 6.8 次；2023年，中国国内旅游总人次 48.91 亿人次，人均年旅游次数约 4.3 次，约相当于美国 60%的水平。2023年，美国和加拿大合计观影人次 8.3 亿次，结合两国人口，人均观影次数是 2.2 次；中国 2023 年城市院线观影人次为 12.99 亿，人均观影 0.93 次，相当于美国 40%-50%的水平。

图表21：中美人均旅游和观影次数对比（2023年）



资料来源：wind、Statista、粤开证券研究院

三、结论和启示

第一，厘清统计数据口径是客观评判中美消费差距的前提。例如，在比较总体消费和消费率时，两国的数据都应基于支出法 GDP 核算口径，并注意自有住房折算租金的核算差别；又如，在比较中美的服务消费结构时，由于中美间可得数据的口径不同，应尽可能调整中美数据，才能在统一口径下进行比较；再如，中美在自有住房折算租金核算上的差异确实会导致中国居民消费被低估，但单纯依据美国住房和医疗消费占比较高就认为美国消费水平被高估、中美消费无实质差距的观点是不准确的，因为剔除自有住



房租和医疗消费后，美国居民消费率依然显著高于中国。

第二，评估中美消费差距要结合国民经济核算与实物消费量，选取合适指标全面比较。国民经济核算指标的优势是全面、可追溯历史，缺陷是易受价格、居民收入的影响：居民人均消费名义值不宜用来比较中美消费差距；消费率的分子分母归属于同一核算体系、且都包含价格因素，在控制发展水平等变量后，不同国家的消费率可以体现居民消费在不同国家总需求中的地位、反映居民消费水平；居民消费内部的结构，如食品消费占比、文体娱乐消费占比可以体现不同国家居民不同的消费倾向和消费发展阶段；各地区人均消费支出的变异系数等指标，可以反映国家内部居民消费的区域均衡程度。

实物消费量指标的优势是直观、较少受价格影响，缺陷是具体消费类别的选择受数据可得性和主观因素制约：评估居民的整体温饱程度，可以用人均热量和蛋白质摄入量，但在跨过温饱阶段后，该指标更多反映生活方式的差别而非消费水平的差异；蛋白质的摄入结构、肉蛋奶的人均消费量可以反映饮食质量的差别；汽车保有总量可以衡量某国的汽车消费市场大小，但人均保有量可以反映居民汽车消费的提升空间。其他各类具体商品和服务的人均消费数量或消费频次，都可以直观反映不同国家居民消费的差别。

第三，相较于在国民经济核算层面的比较，中国与美国居民的实物消费量差距相对更小。若单纯看经济核算中的消费名义值，美国人均居民消费金额是中国的近 11 倍，差距巨大。但从实物消费量角度观察，中美消费差距明显缩小：在食品领域，中国肉类、蛋类、奶类人均消费量虽低，但也相当于美国 30%-40% 的水平，且人均蛋白质摄入量已与美国相当；在汽车消费上，中国人均广义汽车保有量相当于美国 30%，人均年销量达到美国 40%-50%；住房服务上，中国人均居住面积也相当于美国的 50%-60%；主要生活服务领域，中国人均消费次数达到美国 40%-60% 水平。

第四，尽管中美实物消费量差距相对更小，但不改变中国消费率偏低、居民消费仍有较大提升空间的基本事实。尽管考虑了各种统计口径差异和价格因素，中国居民消费率显著低于美国依然是不争的事实。2024 年中国居民消费率为 39.9%，较美国低 28 个百分点；即使与发展阶段相近的 1980 年的美国相比，当时美国消费率（61.3%）仍比中国高 21 个百分点。中国居民消费在区域上的分布也不均衡，食品消费结构仍待进一步优化、主要消费品和服务的实物消费量仍有提升空间。因此，提振居民消费、释放消费潜力仍是中国经济发展的重要任务，这不仅是提振总需求的需要，也是满足人民美好生活需要、推动经济高质量发展的必然要求。

第五，提振消费政策应充分考虑中国消费的结构性特征。中国的消费是总量问题，也是结构优化问题。消费提振政策应重点关注以下结构性特征：一是服务消费差距突出。中国服务消费占 GDP 比重比美国低近 28 个百分点，是消费率差距的主要来源；二是改善型消费发展滞后，中国居民消费仍主要集中于满足饮食、住房等基础需求，改善型、发展型消费占比偏低；三是区域消费不均衡问题突出。

服务消费、改善型消费的基础是提升收入增速、稳定收入预期，促进社保体系均等化、流动人口城市化对提振这些消费的意义重大，这些举措也同时有利于缩小区域间消费差距。服务消费供需同步、依赖居民闲暇，优化假期制度也是关键。服务消费、改善型消费对供给的要求更高，应着力优化消费供给体系和消费环境。



分析师简介

罗志恒，2020年11月加入粤开证券，现任总裁助理，兼首席经济学家、研究院院长，证书编号：S0300520110001。

分析师声明

本报告署名分析师在此声明：本人具有中国证券业协会授予的证券投资咨询执业资格或相当的专业胜任能力，在执业过程中恪守独立诚信、勤勉尽职、谨慎客观、公平公正的原则，独立、客观地出具本报告，结论不受任何第三方的授意或影响。本报告反映了本人的研究观点，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接收到任何形式的报酬。

与公司有关的信息披露

粤开证券具备证券投资咨询业务资格，经营证券业务许可证编号：10485001。

本公司在知晓范围内履行披露义务。

股票投资评级说明

投资评级分为股票投资评级和行业投资评级。

股票投资评级标准

报告发布日后的12个月内公司股价的涨跌幅度相对同期沪深300指数的涨跌幅为基准，投资建议的评级标准为：

买入：相对大盘涨幅大于10%；

增持：相对大盘涨幅在5%~10%之间；

持有：相对大盘涨幅在-5%~5%之间；

减持：相对大盘涨幅小于-5%。

行业投资评级标准

报告发布日后的12个月内行业股票指数的涨跌幅度相对同期沪深300指数的涨跌幅为基准，投资建议的评级标准为：

增持：我们预计未来报告期内，行业整体回报高于基准指数5%以上；

中性：我们预计未来报告期内，行业整体回报介于基准指数-5%与5%之间；

减持：我们预计未来报告期内，行业整体回报低于基准指数5%以下。



免责声明

本报告由粤开证券股份有限公司（以下简称“本公司”）向专业投资者客户及风险承受能力为稳健型、积极型、激进型的普通投资者客户（以下统称客户）提供。若您并非上述类型的投资者，请取消阅读，请勿收藏、接收或使用本研究报告中的任何信息。公司不会因接收人收到本报告而视其为客户。

本报告基于本公司认为可靠的公开信息和资料，但本公司不保证信息的准确性和完整性，亦不保证所包含的信息和建议不会发生任何变更。本公司可随时更改报告中的内容、意见和预测，且并不承诺提供任何有关变更的通知。本公司力求报告内容的客观、公正，但文中的观点、结论和建议仅供参考，不构成所述证券的买卖出价或询价，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。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所引致的任何损失负任何责任。投资者据此做出的任何投资决策与本公司、本公司员工或者关联机构无关。

本公司在法律允许的情况下可参与、投资或持有本报告涉及的证券或进行证券交易，或向本报告涉及的公司提供或争取提供包括投资银行业务在内的服务或业务支持。本公司可能与本报告涉及的公司之间存在业务关系，并无需事先或在获得业务关系后通知客户。

市场有风险，投资需谨慎。投资者不应将本报告作为作出投资决策的唯一参考因素，亦不应认为本报告可以取代自己的判断。在决定投资前，如有需要，投资者务必向专业人士咨询并谨慎决策。

本报告版权仅为本公司所有，未经书面许可，任何机构和个人不得以任何形式翻版、复制、发表或引用。如征得本公司同意进行引用、刊发的，须在允许的范围内使用，并注明出处为“粤开证券研究”，且不得对本报告进行任何有悖意愿的引用、删节和修改。如因侵权行为给本公司造成任何直接或间接的损失，本公司保留追究一切法律责任的权利。本公司并不对其他网站和各类媒体转载、摘编的本公司报告负责。合法取得本报告的途径为本公司网站及本公司授权的渠道，非通过以上渠道获得的报告均为非法，本公司不承担任何法律责任。

投资者应自主作出投资决策并自行承担投资风险，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。

联系我们

广州市黄埔区科学大道 60 号开发区控股中心 19、22、23 层

北京市西城区广安门外大街 377 号

网址：www.ykzq.com