

本刊特稿

# 十二亿人口的人口学意义， 并论其对市场需求变化的影响

□林富德(中国人民大学人口研究所教授)

□陆杰华(北京大学人口研究所博士生)

据估算,1995年2月,我国大陆总人口已达12亿。这是我国社会经济发展,特别是70年代以来有计划控制人口增长的结果。现在我国人口的总和生育率、自然增长率都已降到建国以来的最低水平,我国已成为世界发展中地区最有效的控制人口增长的国家之一。如果联系到我国经济相对落后的境况,那末这样的低生育、低增长的人口记录,便更是难能可贵。其意义至少表现在:

第一,持续实行计划生育,大大推迟了12亿人口日的到来。在50—60年代,除去困难的三年,我国人口年平均增长率为24%,如果没有70年代以来的计划生育,那末容易推算出到1986年中,总人口就可能达到12亿。<sup>①</sup>这也就是说,有效地推行计划生育,使12亿人口日迟来了近9年。当然,也可以退一步算,如果没有这20多年的严格调控人口,则当前人口就不是12亿而是14.7亿了。所以说,12亿这一人口数意味着我们在社会主义现代化进程中赢得了时间,这对我们顺利实现第一个经济战略目标,并向小康水平奋进,起到了深远影响。这是12亿带来“时间差”的喜悦。

第二,12亿人口内涵着已经在全国出现了一个低生育率地带,其中包括基本实现了一对夫妇生育一个孩子的京、津、沪,以及90年代初生育率已经达到或接近更替水平的辽、吉、黑、苏、浙、川、鲁、内蒙古等8个省区。这两部分省区,已经出现人口生育率在低水平上稳定而略有波动的好势头。他们在人口总数上虽占全国40%左右,但以国内生产总值为标志的综合经济实力,则占到全国的50%<sup>②</sup>(1993年);低生育地带还应包括其他省区的市镇人群。以上这些地带的人口控制不仅为社会经济发展创造了良好的人口环境,而且连年下降的生育水平,已经并还将继续改变着人口的年龄结构,使进入劳

①1969年末,我国总人口为80671万,若按无计划生育时期的人口年平均增长率24%推算,则 $12 = 8.0671e^{0.24n}$ ,  $n = 16.5$ ,所以到达12亿的年份应为 $1969 + 16.5 = 1985.5$ ,即相当于1986年中。

②由国家及各省市统计局《关于1993年国民经济和社会发展的统计公报》资料推算得出

管理服务社会化的社会保险体系,建立适用于多种经济成分中各类劳动者的社会保险制度。只有建立健全社会保险制度,符合社会主义市场经济要求,劳动力能够在不同所有制单位中合理配置和流动,劳动者才能自由择业,企业才能自主用人,多种所有制才能健康发展。

社会保险的项目主要有养老保险、生育保险、疾病保险、死亡保险、伤残保险、工伤保险、医疗保险、失业保险等。从目前情况看,社会保险制

度改革中最主要、也是最迫切的是养老保险和失业保险。为此首先应将养老、失业保险的实施范围扩大到城镇各类劳动者,并建立起费用由国家、用人单位和职工个人三方共同负担,基金社会统一调剂使用的社会保险基金制度,然后再逐步扩大工伤、医疗、生育等保险的实施范围,最终在全国建立并完善起统一的社会保险制度。总之,社会保险改革既涉及职工及其家属的切身利益,又涉及国家与企业的承受能力和各方面利益

的调整关系,所以必须从中国的实际出发,借鉴国际上有益的经验,适应改革、开放的新情况,建立起符合市场经济要求的社会保险制度。所有这些都需要在大量人口数据和人口分析方法的基础上,设计好改革方案,选择好适合各地实际的改革模式。我相信,随着我国社会主义市场经济的发展,实用人口学的建设是迫切需要的,其前途也将是无限光明的。

动年龄的人群出现下降态势。毫无疑问,迟来的12亿总人口数,在调整农业人口的非农化、加速人口的城镇化水平方面,具有重要意义。这是我们从12亿见到的“结构”效应。

第三,在现有人口年龄结构下,要在1995年2月使人口达到12亿,意味着我国的生育率已达到或略低于更替水平,或者说我们赢得了人口向零,并逐步达到静止人口的转机。这对一个资源相对贫弱的国家来说其重要性是显而易见的。从我国国情出发,为实现经济的可持续发展,需要有二个必要的前提:一是发展生产的同时,保护好我们的环境,使可再生资源保持住自我更新的能力,不可再生资源的变动要与科技形成的生产力相适应;二是与此同时,要求一个稳定的人口规模和结构,从而使得我们社会、经济发展的效应不致被人口的规模与结构变动所吞噬,能最大限度地表现在综合国力与全民生活质量及人口素质的提高上。据预测,我国将在下世纪30年代,实现人口零增长,①之后就能渐渐地趋向静止人口,这个过程大体符合世界人口发展规律的预测。而在走向静止人口的进程中,把生育率抑制到更替水平是个转折点,只有长期控制生育率使之不高出更替水平,才有可能到达静止人口;任何超越更替水平的生育率,都会延缓静止人口的到来。12亿人口意味着我国已经达到生育率的更替水平,就是说,若能稳住这个水平,那末我国人口可能在15.5亿左右不再增长,正是在这个意义上,12亿人口显示我们获得了实现静止人口即人口不再增长的转机和希望。

如果说,12亿人口日的推迟到来,其对于国家经济社会发展积极影响及其在人口学上表现出来的意义已在不同程度上为人们所认识的话,那末,12亿人口这一绝对总量及其构成、增长模式、迁移流动等等方面的



本文第一作者

变化所引发的市场需求与变动就并非为很多人所重视和理解的,事实却是:随着市场经济体制在中国的进一步完善,12亿人口对市场需求所引起的变化已远远超过人们原有的估计,它主要表现在以下几个方面:

### 一、人口总量变化对市场需求总量变化的影响

市场学理论认为,市场是由三个要素所组成的,即人口总量+购买力+购买欲望。这表明,人口总量在很大程度上决定着市场需求,决定着市场容量的大小。12亿人口对于任何一个商家都是一个具有巨大魅力的潜在市场,如果商家和市场产品的生产与经营者忽视了这一点,他们就很难实现自己的经营目标。例如,当我们利用购买力指数②考察全国各省购买力水平时,人口总量便影响着某一地区的市场需求总量。1991年,四川省的购买力指数为7.9199,其市场需求总量仅次于广东省(7.9746),形成这种状况的重要原因是四川省当年总人口为1.087亿,而同年经济发展水平较好的北京市由于总人口规模相对较小,其购买力指数仅为2.1398,大大低于全国平均购买力水平。

不过,商家与市场产品的生产与经营者仅仅考虑市场需求总量是远远不够的,还必须结合自身产品特征来研究不同地区人口的需求结构。例如,虽然广东省和四川省的购买力水平相近,其市场需求总量也相差无几,但是由于两地在工农业发展水平、城镇化水平、消费习惯等方面差别很大,因而两地在人口消费需求构成上也有很大不同。最明显的是,四川省由于其农业人口比重大,经济欠发达,其需求模式多以“温饱型”为主要特征。可见,认真研究我国各地区人口需求特征对于确定企业目标市场及市场营销战略无疑是大有帮助的。

### 二、人口年龄构成变化对市场需求变化的影响

人口学理论认为,年龄构成的变化是有条件的。如果假定年龄别死亡率不变,则人口出生率的高低是制约年龄构成变化的决定因素。在我国,伴随生育率下降而达到的12亿人口势必会导致年龄构成的剧烈变化。从市场营销学角度讲,年龄构成因素是影响市场需求变化的首要因素。分析年龄构成因素对于市场需求的影响可

① 中国人民大学“人口发展前景”课题组(1995),我国人口发展前景的综合评估

② 购买力指数是国际上通用评估某一地区市场需求总量的有效方法,其具体公式为:购买力指数(BPI)=0.5Y+0.2P+0.3R。Y表示某地国民收入居民消费额在全国总数中的比重;P表示某地人口总数在全国总数中的比重;R表示某地居民消费品零售额在全国总数的比重。

以分为两个方面。

一方面,从静态或者近期来看,年龄构成的变化是相对稳定的,商家和市场产品的生产与经营者需要根据企业的产品特征来研究不同年龄段的市场需求特征,以便在此基础上确定行之有效的市场营销策略。例如,根据1990年第四次人口普查数据资料,0~4岁婴儿市场总人口数近11643万人,这应当是生产婴儿产品的企业所不容忽视的最大潜在市场。这一年龄段的婴儿消费需要是多方面的,主要包括婴儿必需的食品、玩具及其它日用品。由于现代家庭一方面子女数逐渐减少,另一方面收入水平却在稳定提高,因此即使婴儿商品的价位比较高,其市场需求量也并不会减少。然而,即便在这种情况下,商家仍应认真研究消费者的家庭购买力水平,并据此开发不同品种的婴儿商品,以便满足不同消费者的不同需求。另外,市场经营者研究不同年龄组人口需求特征时,还需要研究消费者的购买行为模式。例如,上面提到的婴儿消费者仅是商品的使用者,并非是消费品的购买决策者和购买者,婴儿商品的购买决策者和购买者往往是他们的家长。因此,婴儿产品的一切营销策略(包括促销、推销、广告等),都要围绕购买者来开展。

另一方面,从动态或者长期来看,年龄构成总是随着时间的推移而不断变化的,商家和市场经营者应把握住这种变化,调整自己的经营目标。二次大战后,西方发达国家普遍经历了出生高峰时期,许多企业扩大了其生产规模。然而,进入60年代后,各国出生人口总数锐减,而企业未能及时调整其经营目标,导致产品大量积压,企业利润下降,一些企业不得不倒闭或破产。这是发达国家市场经营者所经受的一次惨痛教训。

另一个人口结构性问题是人口老龄化问题。从现在起再过10年,全国将进入老年型社会,并且从此进入老龄化的高潮时期。到2040年,65岁以上人口将有2.94亿,占到总人口的19.5%,到时,每5个人中就有一位65岁以上的老人。这个比例已超过90年代初老龄化程度最高的欧洲国家(瑞典1994年时老年系数为18%)。虽说老龄化是生育率、死亡率下降后的必然趋势,是人口现代化过程中不能逾越的阶段,但它会对经济产生冲击,所以不容掉以轻心。从市场需求的角度来看,老年人口的大幅度增长不仅仅意味着对老年人产品需求的增加,而且意味着对老年护理、产品送货上门等劳务需求以及养老保障服务需求事业的增加。在这方面,有一点要着重指出,那就是,我国人口老龄化是伴随着人口高龄化而出现的。在1990年,我国75岁及以上人口占老

年(65岁及以上)人口的比例近30%,在往后一段时间里,高龄比例将在30%—35%之间摆动,至2040年将增加到36%。高龄人群对医疗及其他相应的社会服务有着更为迫切的需要。《中国1987年残疾人抽样调查》及1992年《中国老年人供养体系调查》的研究资料均表明,<sup>①</sup>我国老年人在步入老年期后的平均余寿中,约有1/5至2/5的时间是自我感觉健康和心理健康的,约有1/4的余寿时期处于各类伤残状态,约有1/2至3/4的时间处于各种慢性病状态,约有1/10时间处于生活不能自理状态。可见,人口高龄化的过程,实质上是老年人群对家庭、社会依赖程度不断增重的过程。为了迎接未来半个世纪里社会高龄化的挑战,市场必须在医疗、保健、生活服务等方面做好物质准备,全社会还应树立起尊老、养老的良好风尚。以上这些,对于商家和市场产品的生产和经营者想必是会有启示意义的。

### 三、人口增长模式对市场需求变化的影响

虽然从人口总量上看,我国已达到12亿,而且今后一段时间内还会有所增长,但从人口再生产类型划分上,我国人口增长模式仍属稳定型。商家和市场产品的生产与经营者在一定时期内可以根据稳定型人口模式确定市场需求量。但是,人口增长模式并非是一成不变的。上文已经提到,据预测,如果现行人口政策不变的话,我国实现人口零增长的时间是下世纪30年代,之后就能渐渐地趋向静止人口。人口增长模式的变化将会导致人口特征的变化,包括人口年龄构成、性别结构、婚姻构成、家庭构成等。所有这些都要求商家和市场产品的生产与经营者应根据人口模式变化做出市场经营目标的选择,而这一点对于生产耐用消费品的企业更为重要。我国普通老百姓对耐用消费品的购买具有较明显的储蓄性特征,一次性购买,购买后产品使用周期长。因此,商家和市场产品的生产与经营者仅按传统的市场需求估计法来分析市场需求量就远远不够了,他们还需要根据人口增长模式的变化,特别是与自身产品紧密相关的某一人口特征变化来客观评估市场的规模。

### 四、家庭规模与结构的变化对市场需求变化的影响

尽管我国总人口规模已达到12亿,但伴随着社会经济的发展,人们观念的更新,特别是计划生育政策普遍深入人心,我国家庭规模和结构发生了很大的变化。

第四次人口普查数据表明,我国家庭平均人口数量在3—4人的占全部家庭总数的49.5%,比1982年第三

<sup>①</sup> 王梅:老年人口健康和医疗保障制度,博士论文

次人口普查数据同一指标增加了近5个百分点;1990年全国平均家庭人口规模为3.97人,比1982年同一指标减少0.26人。就家庭结构而言,三代以上的家庭在逐步减少,仅占全部家庭的18.45%,比1982年下降了1.55个百分点,取而代之的是核心家庭的数量不断增多。1990年我国核心家庭的比重已占全部家庭的68.02%。毋庸置疑,分析和研究我国家庭规模与结构的变化对商家与市场产品的生产和经营者确定目标市场是至关重要的。这是因为,市场上的消费品一般是以家庭为最基本消费单位,特别是电视机、电冰箱、洗衣机、空调机等耐用消费品更是如此。国外的市场营销经验证明,未来市场需求总量的大小在很大程度上取决于家庭规模与结构的变化。要指出的是,企业也不应单纯地根据家庭规模与结构的变化确定其生产产品的总量,它还应根据不同家庭收入水平的变化增加产品的品种,不断设法提高产品的质量品种,以适合高收入水平家庭的需要。比较明显的例子是,随着家庭收入水平的大幅度提高,耐用消费品的需求趋向将朝着高档化、多功能方向发展。

众所周知,中国有效地控制人口增长的目标之一,是在2000年实现小康生活。事实上,小康生活消费指标的设置是以家庭为基本单位的,比如电视机、电冰箱、洗衣机、住房等耐用商品。所有这些都要求企业认真研究中国走向小康社会过程中家庭内部消费结构的变化特点,而这些研究是建立在对家庭规模与结构变化的客观认识基础上的。

### 五、人口迁移与流动变化对市场需求的影晌

中国总人口达到12亿,还意味着我国人口迁移与流动总量的逐步增加。过去,由于我国人口迁移与流动规模小及这方面资料不健全,商家缺乏对人口迁移与流动和市场需求之间关系的认识。不过,市场学理论认为,人口迁移与流动的流向和流量无论对流入地或者流出地的需求总量都有着很大的影响。据估计,目前全国农村约有5000万人以上外出打工,其中跨省流动的农村劳动力约有2000万人,主要是由中西部地区流向东部经济发达地区<sup>①</sup>。我们认为,虽然大部分流动人口受着自身文化程度、经济收入水平、生活方式等因素的制约,其消费构成偏重于食品,但这不等于可以忽视流动人口这个特殊消费群体。流动人口流入城市,增加了流入地食、宿、卫生医疗,文化娱乐等方面服务行业的需求,而这些都亟待商家认真研究,有的放矢地按照流动人口特征去划分消费品市场或者增加新型服务业。

从12亿人口之后带来的重重挑战,以及对市场需求的种种影响,无一不需要在实现持续发展中去求得解决。我们应当以发展为出发点,为建立一个人口与经济、环境相协调、能充分满足人口市场需求、具高度物质和精神文明的现代化社会而尽我们的努力。

<sup>①</sup>中共中央政策研究室农村组:关于农村劳动力跨区域流动问题的初步研究,《中国农村经济》,1994年第3期

### ■ 读者来信

编辑同志:

接读《市场与人口分析》创刊号和95年第一期后,我越发感到这本刊物办得很适时,顺应了改革潮流,很有自己的特色,对我们这些实际工作者来说更具指导意义。我认为,在社会主义市场经济体制建立之际,作为人口统计调查工作者应该有这样的敏感性,那就是要认真研究一下人口调查如何为市场经济发展服务,如何改革人口调查的方法、制度,使投入和产出的比例更协调,社会效益更大。但是目前大多数实际工作者,还没有意识到这个问题,或者说认识还不深,一些企业家也没有这方面意识。还有一个很重要的问题,即是:人口统计、调查工作者非常缺少走向市场的技能,如对实用人口学知识的了解,对经济学知识的掌握等等。基于上述考虑,给《市场与人口分析》刊物提出如下建议:

一、《市场与人口分析》一定要保持学术上的高水平,高层次。

二、应有一定数量的文章作关于“人口数量、构成与市场经济联系”方面的介绍。可分为两个角度:一是人口统计、调查工作者怎样面对市场经济?二是一个企业家要搞好市场和营销,应怎样从人口学的角度来思考企业战略?为此不妨可刊登一些实用人口学方面的知识,中、外“个案应用”等方面内容等。

三、面对人口统计调查实际工作部门的读者,是否应增加“市场经济条件下人口统计、调查方法论”方面的专题。因为目前人口调查为市场经济服务方面的专题在人口统计调查部门还没有广泛开展起来,我们所能作的,最多是关于人口调查方法问题的探讨。

致  
敬礼  
河北省统计局人口处 李岚