

经济预测分析

第 16 期

国家信息中心

2022年04月20日

消费修复韧性有所下降 稳消费促消费刻不容缓

内容摘要：今年前两个月，我国消费市场运行平稳，市场销售恢复有所加快。但3月以来，疫情影响明显加重，消费平稳恢复遭遇扰动，特别是耐用品消费向好态势受到影响，服务消费再陷困境。随着疫情持续时间进一步拉长，消费品供应链不畅问题快速凸显，居民对未来的预期更加谨慎，不想消费、无力消费问题更加突出，服务消费疲软产生一系列连带影响，消费分化加剧制约总量提升。建议在持续做好精准防疫的基础上，将稳消费、促消费放在更加突出的位置，多出实招快招，促进消费恢复平稳向好。

一、一季度消费平稳恢复遭遇“倒春寒”

今年前两个月，我国消费市场运行平稳，市场销售恢复有所加快，基本生活类消费保持平稳较快增长，升级类消费需求持续释放。但3月以来，疫情影响明显加重，重要消费中心城市遭遇疫情严重冲击，拖累整体消费增长形势。

消费恢复受疫情扰动，城镇消费波动相对更大。一季度，社会消费品零售总额同比增长3.3%，低于去年全年两年平均增速1个百分点，也明显低于2019年同期水平。扣除价格因素后，社会消费品零售总额实际仅增长1.3%，较去年全年两年平均增速回落1.1个百分点。疫情主要影响集中体现在3月份，1-2月社会消费品零售总额同比增长6.7%，3月同比下降3%。分城乡来看，城镇消费受疫情影响更为突出，3月当月同比下跌3.2%，高于农村消费跌幅0.3个百分点。

基本生活消费保持平稳，耐用品消费增势波动。即便存在疫情影响，基本生活类消费也保持了平稳增长，一季度限额以上粮油食品类商品零售额同比增长9.3%，其中3月当月增长12.5%。但受防控措施明显收紧等因素影响，汽车消费遭遇扰动，一季度限额以上汽车类商品零售额同比下跌0.3%，其中3月当月下跌7.5%。据中汽协统计，3月全国汽车销售量同比下跌11.7%，并未按照预期持续增长的态势发展。同时，房地产市场仍处于调整期叠加疫情影响，建筑装潢、家具等住房相关消费也明显转冷。

服务消费受冲击显著，部分消费再次探底。国内疫情的波及面和严重程度明显高于上年同期，服务消费所受影响更加严重。1-2月餐饮收入同比增长8.9%，增速比商品零售高2.4个百分点，但3月下跌幅度达到16.4%。目前，住宿及餐饮行业PMI已接近2020年2-3月份水平。从电影消费看，春节档电影出票量同比下降30%，较2019年同期下降13.9%；3月份全国电影观影人次和电影票房收入分

别同比下跌 64%、63.5%。

二、需要高度重视制约消费的突出问题

随着疫情持续时间进一步拉长，居民对未来的预期更加谨慎，消费恢复面临五大问题。

（一）消费品供应链不畅影响快速凸显

3月以来，由于疫情大范围反弹，防疫措施明显收紧，特别是以上海为中心的长三角地区疫情较重，国内货运受阻、物流不畅迅速成为影响消费的突出问题。已有上海、江苏、安徽等多地物流快递停发停收，导致大量网上商铺无法发货、收货，网购遭遇问题。据市场不完全统计，到4月11日国务院要求保证物流物资通畅前，江苏省已关闭129个高速公路出入口，全省邮件快件业务量减少约60%。中国物流与采购联合会的行业调查监测数据显示，4月4日—10日，长三角地区主要线路运价上涨25%左右。受此影响，一季度网上实物商品零售额同比增长8.8%，较1—2月增速明显放缓。同时，线下大型商超也遭遇产品缺货等问题，影响了消费增长。

（二）“不想消费”问题日益突出

疫情进入第三年，疫情不断反复导致消费预期和意愿修复未能持续，反而有走弱趋势。首先，在实现8个月的持续回升后，消费者信心指数再度走弱，连续波动下行。统计局数据显示，上年12月的消费者信心指数已经降至119.8，较年初下降3个百分点，低于2020年同期水平2.3个百分点，低于2019年同期水平6.8个百分点。今年1月消费者信心指数有所回升，但2月后再次走低。其次，居民储蓄比例持续提高。央行调查数据显示，一季度，居民选择更多储蓄的比例已经升至54.7%，较上一季度环比提高2.9个百分点，延续了自上年二季度以来逐季走高的趋势，达到自2002年有统计以来的新高

点。第三，居民消费倾向降至新低。根据统计局入户调查数据计算，一季度居民平均消费倾向为 0.7659，低于上年同期水平，创最近 7 个季度以来新低。其中，城镇居民平均消费倾向仅为 0.5729，已经降至 2020 年二季度以来新低，也明显低于 2019 年同期 0.6625 的水平。从支出种类看，居民八大类消费支出倾向呈现“1 高 7 低”。食品烟酒类消费支出倾向已经高于 2019 年同期，特别是粮油食品类平均倾向已高于正常年份。而其余七大类消费倾向仍待修复，教育文化娱乐消费、交通通信消费等升级类消费倾向与 2019 年水平相比差距最大。

（三）“无力消费”问题进一步显现

居民收入增长放缓、就业和收入预期边际转弱，对消费增长的支撑作用不够强劲。一方面，上年收入增长放缓对今年消费的滞后影响不容忽视。居民收入增速不断放缓，工资性收入和农民工收入放缓成为可支配收入增长的最大拖累。统计局城乡一体化调查数据显示，2021 年全国居民可支配收入当季增速分别为 13.7%、11.4%、6.3% 和 5.4%，对消费的拖累效应已在 2021 年二季度后开始显现。2021 年四季度，全国居民工资性收入和转移性净收入分别拖累当季收入增速 0.8 个和 1.2 个百分点，在转移性净收入中农民工寄回家乡的收入增长放缓可能是最大拖累。另一方面，就业和收入预期边际转弱。央行季度调查显示，一季度，居民未来收入信心指数保持在 50，低于上年同期 1.5 个百分点，也低于 2019 年同期 54.8 的水平。未来就业信心指数为 50.5，低于上年同期 2.6 个百分点，也低于 2019 年同期 53.7 的水平。实际失业率出现边际抬头，大城市、年轻人以及中年群体的就业情况均不容乐观，大多数工业行业 and 中小企业用工需求下降。统计局数据显示，3 月全国城镇调查失业率 5.8%、延续了上年 9 月以来逐步提高的态势，16-24 岁人口调查失业率为 16%，较上年同期高 2.4

个百分点；25-59岁人口调查失业率为5.2%，为11个月以来新高、已连续5个月上升。

（四）服务消费不振连锁效应逐步显现

在经历了两年疫情后，服务业消费恢复仍然脆弱，且逐渐显露出更多新的负面影响。一方面，修复进度未进步反倒退。疫情多点散发对旅游等接触型消费的信心影响正在加大，主要指标与2019年的差距未缩小反拉大。文旅部数据显示，今年春节国内旅游人次同比下降2%，旅游收入同比下降3.9%，其中旅游收入恢复至2019年同期的56.3%，低于上年同期58.6%的恢复程度，恢复进度已经连续三个长假有所倒退（2021年“五一”假期恢复进度77%，“十一”假期恢复进度59.9%）。另一方面，供给退出风险上升。服务消费恢复不稳定、不可预期，服务业商家面临较大的生存压力。在连续两年的疫情影响下，已有更多服务业商家难以维持、退出市场，将对后续服务消费产生持久影响。1月12日中国旅游协会企业家座谈会信息显示，据不完全统计，2020年至2022年1月，全国共有1.1万家旅行社歇业；在2020年实现利润微增后，全国酒店业2021年出现全面亏损；员工流失较多，部分著名景区员工流失比例达到20%—25%。

（五）中低收入群体消费疲弱制约总量提升

疫情持续时间拉长对收入分化的影响不断显现，社会贫富差距进一步拉大。尽管高收入群体消费动能依然强劲，但具有较高消费倾向的中低收入群体的消费疲弱才是消费总量增长动能不强的主要原因。一方面，疫情加剧了收入和财富的双分化。今年一季度，全国居民可支配收入的中位数是平均数的82.2%，不仅低于上年同期水平，也仍然低于2019年水平，表明疫情之下收入差距有所扩大。其中，城镇居民可支配收入的中位数是平均数的84.7%，虽然较上年同期有所回升，但仍低于2019年同期水平；农村居民可支配收入的中位数是平

均数的 79.8%，低于上年同期水平。瑞信《2021 年全球财富报告》显示，2020 年中国财富排名前 1% 居民占总财富的比例从 29.0% 上升至 30.6%。另一方面，中低档消费恢复偏慢、高档消费快速增长的消费分化问题更为突出。从商务部全国重点监测省市情况看，2021 年国内奢侈品消费增速达到 36%，今年春节零售消费增幅与元旦相比出现一定回落，但高档消费涨幅显著，据海南省商务厅统计，春节七天离岛免税店总销售额同比增长 144%。

三、多出实招快招稳消费促消费

有研究表明，消费政策对 GDP 的拉动效应不低于基建投资政策。在持续做好精准防疫的基础上，应尽快调整“稳消费不如稳投资”的观念，将稳消费、促消费放在更加突出的位置，多出实招快招，促进消费恢复平稳向好。

（一）研究发放全国消费券

研究安排中央资金专项用于发放不设使用门槛的消费券，加大消费券的人群定向设计，将资源适度向农村县域消费者倾斜，并安排专用额度定向用于低保、特困、建档立卡贫困人口消费券。扩大消费券政策覆盖面，支持线上线下联动，积极引导小微企业加入，推动更加需要帮扶的小型个体商家入驻消费券平台，同步依托小型个体商家搭建场景，扩大农村县域覆盖面。鼓励地方财政发放符合本地消费特色的地方消费券，将餐饮旅游、家电汽车更新等消费恢复短板作为重点支持领域。重视强化数字科技赋能和企业补贴协同，优化政策设计，提升精准度和乘数效应。

（二）着力增强就业收入保障

突出关键群体就业，引导毕业生到中小企业就业，以更有力度的支持政策促进创新创业带动就业，加快农民工和困难人员群体的技能

培训，进一步推动稳岗扩就业。增加对受疫情影响较大的住宿餐饮、文化旅游等行业人员的转岗技能培训，适度扩大培训补贴范围。研究实施短期个人所得税税收优惠政策，加大对高收入群体的征税监管。维护资本市场的健康稳定发展，进一步发挥资本市场的财富效应。

（三）进一步释放耐用品消费潜力

研究启动新一轮农村电网升级工程，由中央财政支持户均配变容量低问题最为突出的地区较快升级，为农村消费挖潜降低障碍。加快推进新一轮汽车下乡和以旧换新，鼓励有条件的地区对农村居民购车给予补贴。鼓励限购地区号牌指标数量配置向新能源汽车倾斜，给予购置新能源汽车综合性奖励。在切实坚守“房住不炒”的原则下，进一步推进因城施策、因需施策，合理满足居民刚性购房需求，支持改善刚性需求合理释放。开展5G、绿色节能等产品的补贴推广活动，深度激发城镇居民的绿色大家电需求，促进大家电更新换代。加大小家电宣传推广力度，通过行业协会评优等方式推动小家电加速渗透。

（四）推动服务业纾困复苏

推动修复服务业消费场景，严格落实国务院联防联控机制的“五个不得”和国家发改委的“三个不得”要求，进一步减少各地疫情防控中违规中断公共交通、关停消费场所等问题，着力推动餐饮、文旅等消费场景修复。加快推进服务业数字化赋能，大力推进生活性服务业数字化，研究支持鼓励个体工商户或小微企业进行社区生活性服务业数字化建设，调动和发挥大型互联网和平台型企业作用，为中小微企业提供数字化服务支持和数字化人才培养。

（执笔：邹蕴涵）

编辑部地址：北京三里河路58号国家信息中心预测部
联系电话：68557142，68557122
电子邮箱：gxfx@sic.gov.cn

邮编：100045
传真：68558210