



彭文生：消费复苏之路



2020 年新冠疫情以来，消费受疫情外生扰动较大。同时，以往那些影响消费的“内生性”因素，比如就业、收入、就业和收入的预期、消费倾向等，如今也受疫情的外生扰动。我们认为在“学习效应”下，防疫政策动态优化、居民对防疫新形势逐渐适应，有助于稳定疫情形势、降低不确定性，并减少防疫带来的生产生活摩擦成本。这不仅能缓解疫情对消费的直接压制，还会有利于消费增长的内生动能修复。

6 月以来，防疫优化调整政策密集出台。例如《新型冠状病毒肺炎防控方案（第九版）》调整风险人员的隔离管理期限和方式、统一风险区划分标准，工信部取消通信行程卡的“星号”标记等。同时，常态化核酸检测等举措，可以起到“防微杜渐”的作用，降低疫情大规模反弹的风险。从深圳等地的经验来看，推行常态化核酸检测对经济的扰动不宜夸大，目前人员出行恢复正常水平。

除了防疫政策在优化调整，居民也在适应防疫“新常态”，缓解消费活动受到的扰动。例如，2020-2021 年每一轮新毒株带来疫情反弹、防疫政策收紧时，居民的市内活动都会下降，但同一毒株之后再次反弹时，防疫政策对居民活动的负面影响就变小了。消费数据也呈现类似特征，每一种毒株带来的疫情反弹，第二波的消费影响强度都显著小于第一波疫情。

4 月以来，中央和地方积极出台直接促消费的政策举措。总体来看，汽车、家电等大宗消费品是促消费的重要抓手，文旅、住宿、餐饮等线下服务业是促消费重点支持的领域，消费券、补贴等转移支付是促消费的财

力保障。

我们预计，车购税减半、放宽限购、购车补贴等举措，可以增加汽车销量超 100 万辆，提振下半年汽车消费增速 10 个百分点以上。地方政府对家电的补贴规模约为消费额的 8%-10% 左右，主要向绿色家电倾斜。各地还通过发放消费券、减免门票等方式，来鼓励居民旅游出行，提振文旅、餐饮等消费。

本轮促消费中，消费券成为地方政府的重要政策工具。根据我们的不完全统计，全国已有 20 多个省份宣布了发放消费券的政策，总规模超过 78 亿元。消费券既发挥了财政转移支付职能，又撬动了社会资金参与，各地消费券核销率大多在 50%-100% 之间，可以拉动 3 倍以上的消费规模，对于局部地方的短期消费拉动较为明显。

我们将社零总额拆分为非汽车商品、汽车、餐饮 3 大项，来考察以 2019 年为基期的复合增速，作为预测的基准。在疫情常态化存在的背景下，消费增长中枢下移、增速波动加大，疫情前的经验数据难以对当前的预测提供支撑，可供参考的主要是 2020 年以来的区间。疫情后，非汽车商品消

预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_43697

