

2020年11月01日

## 促消费政策加码

宏观研究团队

——宏观经济专题

赵伟（分析师）

zhaoweil@kysec.cn

证书编号：S0790520060002

张蓉蓉（分析师）

zhangrongrong@kysec.cn

证书编号：S0790520070006

段玉柱（联系人）

duanyuzhu@kysec.cn

证书编号：S0790120070013

### ● 促消费政策加码，线上线下加快融合、增加公共基础设施供给举措“长短皆宜”

9月以来，新一轮促消费政策密集落地，着重释放服务消费潜力、兼顾实物消费升级。伴随疫情压制逐步减弱，居民消费持续改善，三季度人均消费支出已回归增长（1.4%）；但不同类型消费修复明显分化，衣食住行等均已恢复增长，但教育文娱、生活服务同比跌幅仍在10%左右。这一背景下，9月以来中央加大对服务消费支持力度，兼顾促进超龄大家电更新换代、秋冬应急物资储备等实物消费。

本轮促消费举措与2018年底以来的促消费政策思路一脉相承，通过加大线上线下融合、鼓励创新业态，释放居民服务消费潜力。以2018年9月国务院文件为标志，我国促消费政策思路明显变化，从过往直接刺激实物消费转向通过供给端“提质扩容”释放消费潜力，服务消费、线上消费成为重点。本轮促消费，一方面要求加快医教文娱线上线下融合，另一方面鼓励拓展文旅消费、激活消费意愿。

实物消费升级政策也有兼顾、且不乏“亮点”；促家电更新、物资储备的同时，明确对症公共供给不足“痛点”。本轮促消费创新性启动“大家电安全使用年限提醒”活动，促进更新需求释放；据中国家电协会的预测，2020年将有1.6亿台家电产品达到安全使用年限。值得关注的是，政策明确提出加快老旧小区、增加地下停车场建设等，直击近年来居住消费领域“痛点”，后续推进情况值得关注。

短期来看，实物促消费政策见效可能相对更快，家电和医药消费或将进一步修复。从可选消费品需求的修复情况来看，三季度汽车销售高速增长，而家电和装修材料等后地产消费品修复相对滞后。考虑到二、三季度或是房屋集中交付期，家电家具等需求或将逐步释放。从京东和天猫双十一的预售额来看，家用电器增速位于前五，消费需求较为旺盛；此外，秋冬储备需求下，医药预售额增长也较快。

中长期而言，线上线下融合、增加公共基础设施供给举措“长短皆宜”，有助于释放长期消费潜力。近年来，网上零售的快速增长主要体现在实物消费领域，而服务消费占比总体偏低、不足两成。伴随以5G为代表的新一代信息基础设施的加快建设、新技术的推广应用，线上教育和娱乐、远程办公等服务消费需求有望加快释放。2020至2025年，5G商用直接带动的经济总产出可能达10.6万亿元。

实物消费“结构升级”将是长期趋势，高能级城市耐用品消费转向节能、环保；低线城市及农村大众消费品增量需求仍大。伴随我国居民消费能力提升，传统家电、普通汽车需求增长最快的阶段可能已经过去，但不同地区、不同群体需求或将明显分化。以汽车为例，当前农村汽车保有量仅22.3%、仅为城镇的一半左右，未来或仍存较大增量空间；高能级城市的新能源汽车销量，或将保持较高增速。

● **风险提示：**海外宏观经济或监管政策出现重大调整；疫情出现超预期变化。

### 相关研究报告

《宏观经济点评-出口链和服务消费，仍是经济核心驱动》-2020.10.31

《宏观经济点评-“十四五”的“攻守之道”》-2020.10.30

《宏观经济点评-利润数据不乏亮点，消费制造加快改善》-2020.10.27

## 目 录

1、 国内热点：促消费政策加码 .....	3
2、 高频数据跟踪 .....	9
2.1、 通胀观察：蔬菜平均批发价上涨、猪肉平均批发价下跌 .....	9
2.2、 汇率表现：美元指数上涨，人民币对美元贬值 .....	9
2.3、 大宗商品：商品期货多数下跌，能化指数领跌 .....	10
3、 中观行业跟踪 .....	11
3.1、 下游：商品房成交面积上升，土地市场量价齐跌 .....	11
3.2、 中游：钢铁、水泥价格普涨，玻璃价格下降 .....	12
3.3、 上游：原油结算价下降，铝、铅价格上涨，铜、锌价格下降 .....	14
4、 风险提示 .....	15

## 图表目录

图 1： 居民教育文化娱乐等服务消费恢复缓慢 .....	3
图 2： 实物商品中，家电和建材消费恢复相对较慢 .....	3
图 3： 《近期扩内需促消费的工作方案》的主要举措 .....	4
图 4： 2018 年以来，消费促进政策思路一脉相承 .....	4
图 5： 疫情以来，在线教育用户规模爆发式增长 .....	5
图 6： 疫情背景下，在线医疗用户明显增长 .....	5
图 7： 中国大家电保有量接近日本水平 .....	5
图 8： 2020 年初，我国正式发布家电使用安全年限标准 .....	5
图 9： 电梯和停车场等供给不足，是居住消费“痛点” .....	6
图 10： 我国停车场供给率仅 5 成左右，“缺口”巨大 .....	6
图 11： 京东和天猫“11 预售”，医药和家电高速增长 .....	6
图 12： 我国网上消费中服务占比相对较低 .....	7
图 13： 5G 信息技术，有助于从供需两端释放消费潜力 .....	7
图 14： 中国消费者在娱乐和教育领域，消费潜力较大 .....	7
图 15： 农村汽车保有量相对较低 .....	8
图 16： 近年来新能源汽车增长相对较快 .....	8
图 17： 影响新能源汽车购买意愿的主要因素 .....	8
图 18： 新能源汽车需求主要分布在一二线城市 .....	8
表 1： 下半年，中央新一轮促消费政策陆续出台 .....	3
表 2： 下半年，地方进一步推进促消费相关举措 .....	3
表 3： 京东和天猫“11 预售”，手机电脑家电预售额较高 .....	6

## 1、国内热点：促消费政策加码

近期，中央层面发布促消费新政、地方政府也推行相关举措，促消费再度加码。7月，商务部组织全国百个城市进行“消费促进月”，因地制宜举办不同主题的促消费系列活动；9月以来，中央层面密集出台促消费的相关政策，以服务消费、新型消费等为主要对象，进一步释放被抑制、被冻结的消费需求。在中央号召下，地方结合自身情况、陆续推行促消费相关举措；例如北京启动“时尚消费月”，山东推行“快递进村”三年行动计划等。

表1: 下半年，中央新一轮促消费政策陆续出台

时间	政策文件	主要内容
3月	发改委等23部委《关于促进消费扩容提质加快形成强大国内市场的实施意见》	重点推进文旅休闲消费提质升级，着力建设城乡融合消费网络，加快构建“智能+”消费生态体系。
4月	《关于统筹推进商务系统消费促进重点工作的指导意见》	加促进城市消费升级，补齐乡村消费短板，激活传统商品消费，扩大服务消费，培育新兴消费，活跃消费市场，促进出口产品内销。
7月	商务部《关于做好2020年全国“消费促进月”活动筹备有关工作的通知》	9月9日—10月8日间，在百座大中城市，组织万家重点企业、主要电商平台，举办线上线下深度融合、商品服务同步促销、商旅文旅购娱一体的“1+N”系列促消费活动。
9月	《关于以新业态新模式引领新型消费加快发展的意见》	推动线上线下消费融合，加快新型消费基础设施和服务保障能力建设，优化新型消费发展环境，加大新型消费政策支持力度。
10月	《关于开展文化和旅游消费试点示范工作的通知》	增强文旅产品、服务供给能力，优化消费环境，创新业态模式、拓展文旅消费空间。
10月	《近期扩内需促消费的工作方案》	推动线上消费、加快线上线下消费融合，开辟服务消费新模式，实施促进实物消费政策，加大对制造业支持力度。

资料来源：中国政府网、新华网、人民网、开源证券研究所

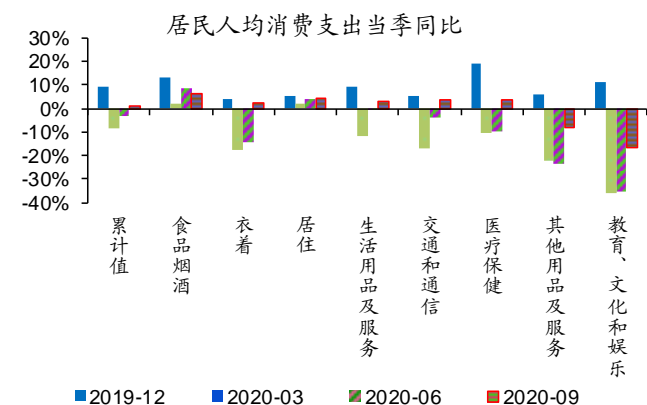
表2: 下半年，地方进一步推进促消费相关举措

时间	地方	具体措施
7月	深圳	奖励“以旧换新”购买小汽车（含新能源车）；实施家电“以旧换新”和智能产品补贴计划。
7月	新疆	明确将进一步完善优化快递物流设施布局，推进地州中心城市航空、公铁陆运集散中心及中小城镇快递配送中心建设。
7月	山东	实施“快递进村”三年行动计划，着力推动邮快合作、快快合作、快交合作、快商合作等模式。
7月-10月	重庆	市商务委联合各部门举办“2020不夜重庆生活节”。
9月	北京	启动“2020年全国消费促进月暨北京时尚消费月”。
10月	湖北	延续新能源汽车补贴政策，建立“互联网+家电回收”网络等。
10月	广州	举办“2020广东步行街（商圈）促消费活动”。

资料来源：地方政府网、新华网、人民网、开源证券研究所

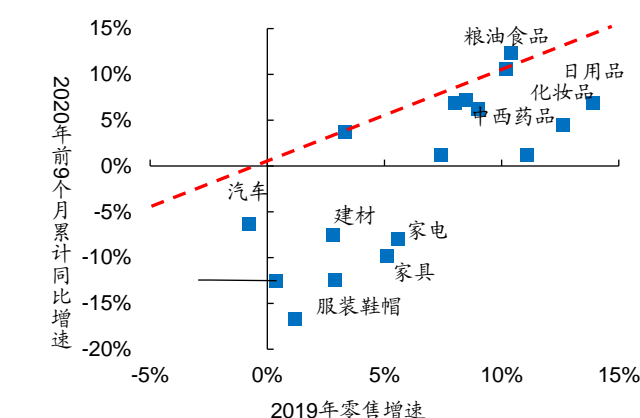
消费修复不均背景下，本轮促消费重在释放服务消费潜力、兼顾实物消费升级。随着国内疫情的逐步缓解，居民消费总体持续改善，截至3季度人均消费支出同比增速已回归正值、3季度同比增长1.4%。但不同类型消费修复进步显著，衣食住行及交通通信消费增速已恢复增长，但居民服务、教育和文化娱乐同比跌幅仍在10%上下。这一背景下，促消费政策重心主要在服务消费领域，兼顾实物消费升级。

图1: 居民教育文化娱乐等服务消费恢复缓慢



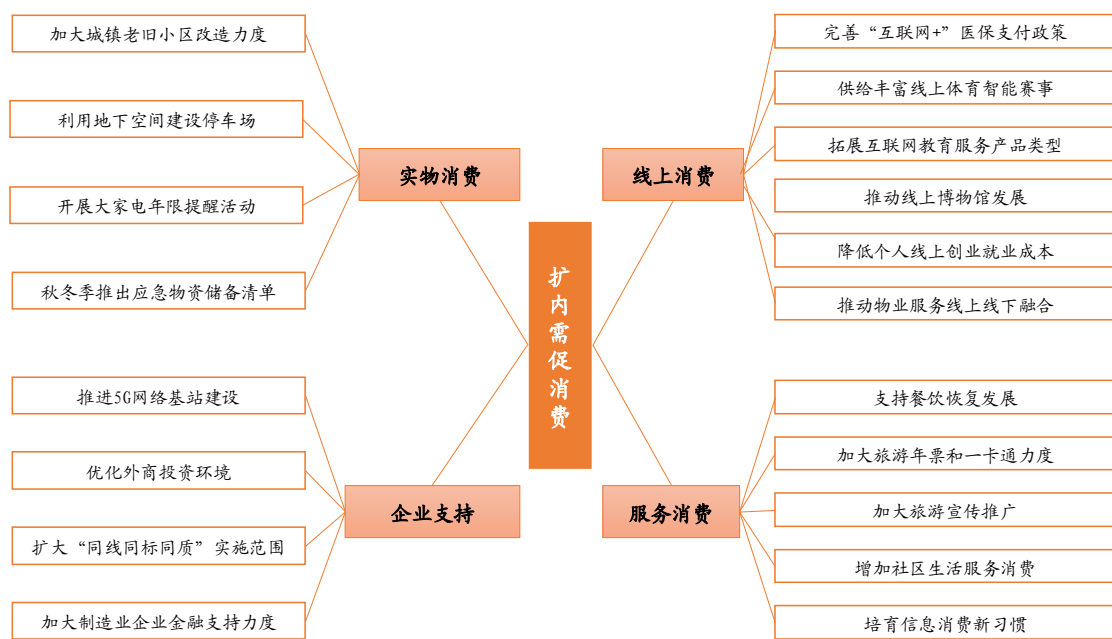
数据来源：Wind、开源证券研究所

图2: 实物商品中，家电和建材消费恢复相对较慢



数据来源：Wind、开源证券研究所

图3: 《近期扩内需促消费的工作方案》的主要举措



资料来源: 中国政府网、新华网、人民网、开源证券研究所

本轮促消费政策, 与 2018 年以来的消费促进政策思路一脉相承。以 2018 年 9 月国务院出台的《关于完善促进消费体制机制进一步激发居民消费潜力的若干意见》为标志, 我国促消费政策思路发生明显变化, 从过往直接刺激消费需求、或通过税收减免和财政补贴鼓励消费为主, 转变为主要通过增加供给数量、提升供给质量和灵活性, 引领居民消费潜力释放。具体来看, 促消费重点对象由实物为主转向服务为主, 消费方式由线下转为线上线下相融合。

图4: 2018 年以来, 消费促进政策思路一脉相承

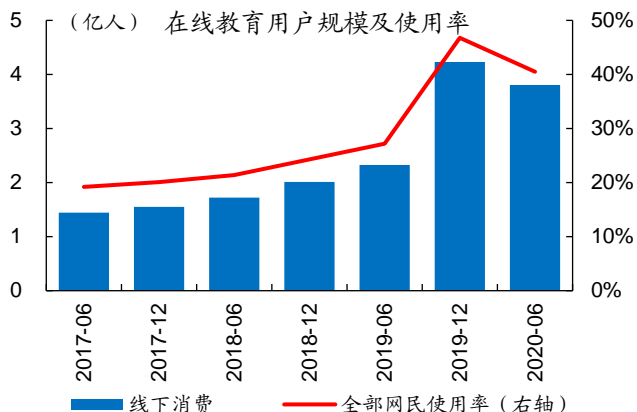


资料来源: 中国政府网、新华网、人民网、开源证券研究所



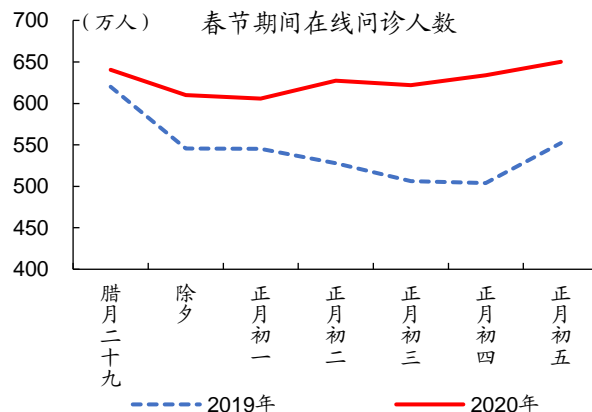
促进服务消费，以线上线下加快融合、创新消费模式为主，针对不同领域举措有所差异。一方面，加快推动教育娱乐文化等服务消费转至线上供给，以满足疫情以来快速增长的线上消费需求；另一方面，针对旅游家政等线上线下体验差距较大的服务消费，推动加快经营方式和业态创新，包括加大旅游年票和一卡通发行力度、增加社区服务消费、鼓励有条件的地方建设信息消费体验中心等，激活居民消费意愿。

图5: 疫情以来，在线教育用户规模爆发式增长



数据来源:《中国互联网络发展状况统计报告》、开源证券研究所

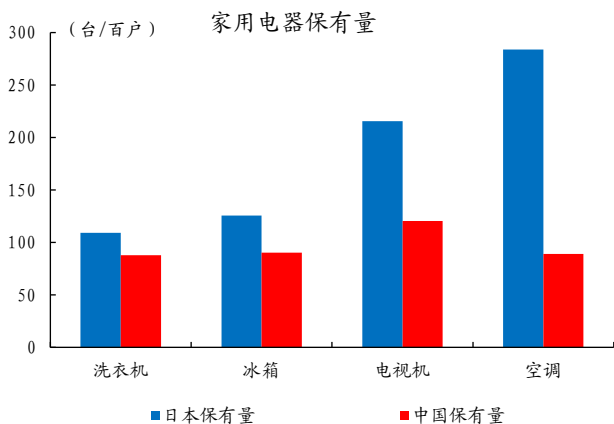
图6: 疫情背景下，在线医疗用户明显增长



数据来源: 易观研究院、开源证券研究所

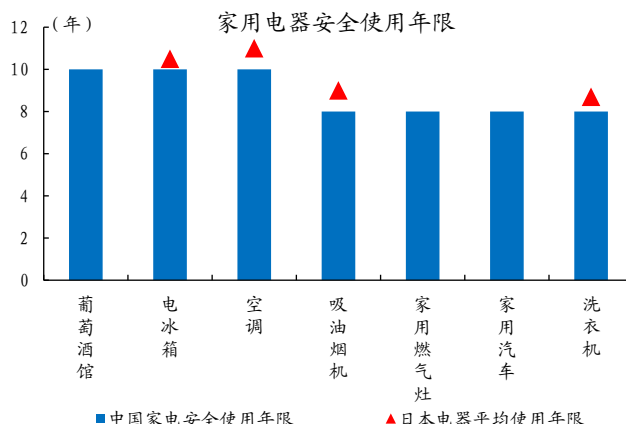
实物消费升级政策亮点突出，促家电更新、增强物资储备同时，明确对症公共供给不足“痛点”。2020年1月，我国正式发布家电使用安全年限标准，涵盖冰箱空调洗衣机6大品类8个产品、安全使用年限从8年到10年不等；近期促消费政策创新提出“开展大家电年限提醒活动”，有助于家电更新需求的释放。根据中国家电协会的预测，2020年预计1.6亿台家电产品达到安全使用年限。值得关注的是，政策明确提出加快老旧小区、改造增加地下停车场供给等，直击近年来城镇居民居住消费“痛点”，后续推进情况值得关注。

图7: 中国大家电保有量接近日本水平



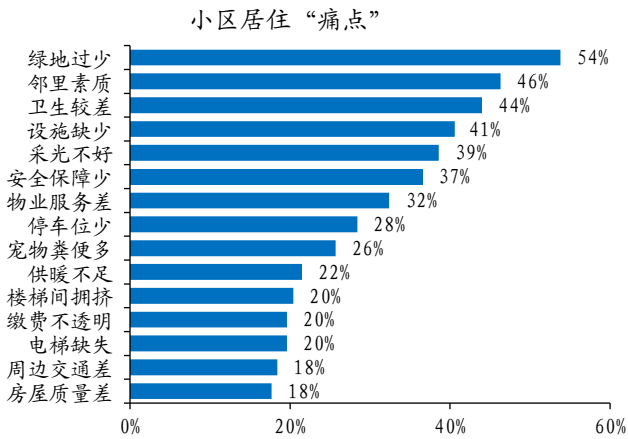
数据来源: 中国产业发展研究网、开源证券研究所

图8: 2020年初，我国正式发布家电使用安全年限标准



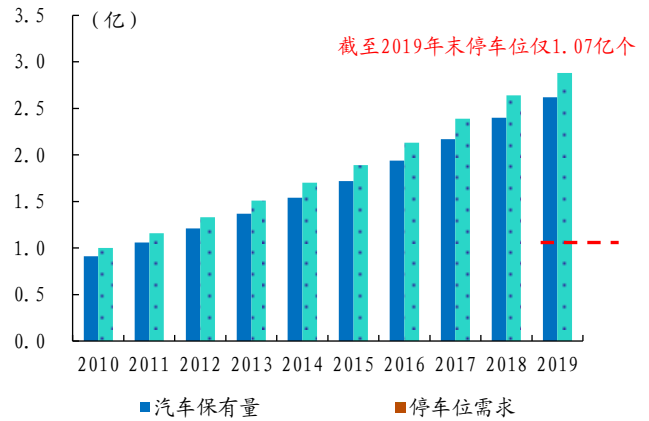
数据来源: 中国家用电器协会组织、开源证券研究所

图9: 电梯和停车场等供给不足, 是居住消费“痛点”



数据来源: 贝壳研究院、开源证券研究所

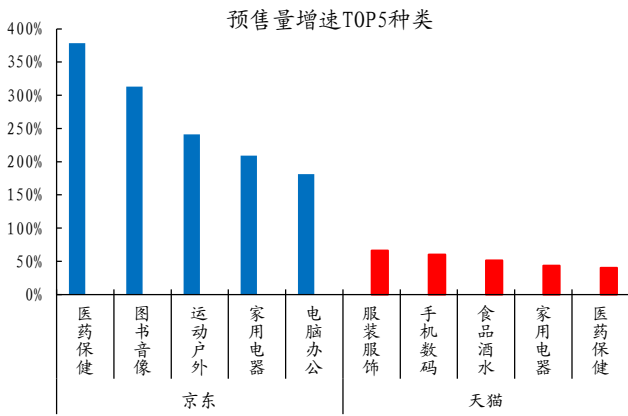
图10: 我国停车场供给率仅5成左右, “缺口”巨大<sup>1</sup>



数据来源: 国家统计局、前瞻产业研究院、开源证券研究所

短期来看, 实物促消费政策见效可能相对更快, 家电和医药消费或将进一步修复。从可选消费品需求的修复情况来看, 三季度汽车销售高速增长, 而家电和装修材料等后地产消费品修复相对滞后。考虑到二、三季度或是房屋集中交付期, 家电家具等需求或将逐步释放。从京东和天猫双十一的预售额来看, 家用电器增速位于前五、增速超过100%, 消费需求旺盛; 此外, 秋冬储备需求下, 医药预售额也在高速增长。

图11: 京东和天猫“11预售”<sup>2</sup>, 医药和家电高速增长



数据来源: 欧特欧咨询、开源证券研究所

表3: 京东和天猫“11预售”, 手机电脑家电预售额较高

京东		天猫	
排名	品类	排名	品类
1	手机	1	护肤套装
2	笔记本电脑	2	精华
3	烟机灶具	3	手机
4	净水器	4	乳液面霜
5	冰箱	5	眼部护理
6	洗衣机	6	眼部彩妆
7	投影机	7	运动服
8	扫地机器人	8	面膜
9	按摩设备	9	洗衣机
10	中央空调	10	童装

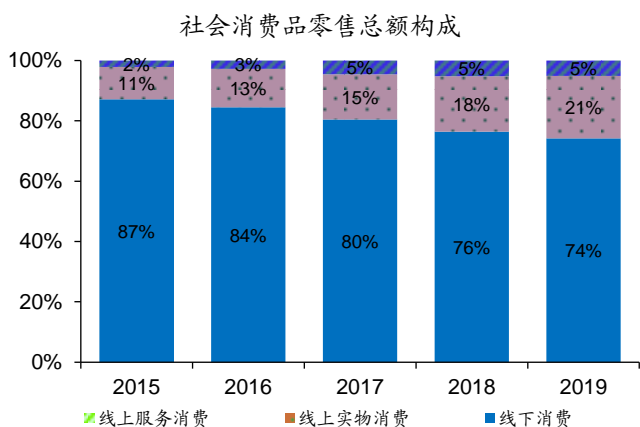
资料来源: 欧特欧咨询、开源证券研究所

<sup>1</sup> 根据住建部发布的《城市停车设施规划导则》, 规划人口小于50万的城市, 停车位与汽车保有量的比例应该在1.1:1至1.5:1之间; 规划人口大于50万的城市, 停车位与汽车保有量的比例应在1.1:1至1.3:1之间。

<sup>2</sup> 统计时间为10月21日至10月28日。

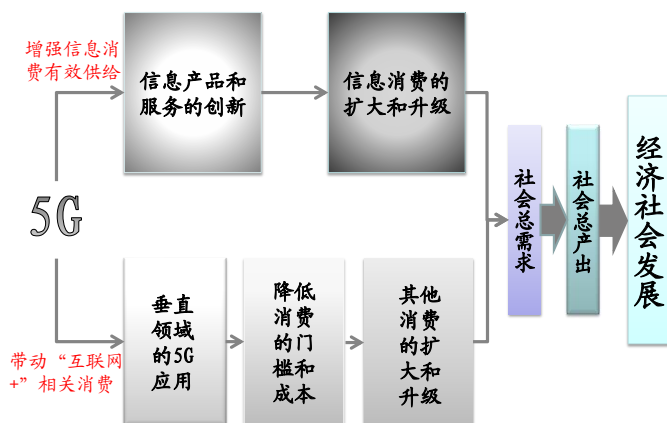
中长期而言,加快线上线下消费融合、增加公共基础设施供给举措“长短皆宜”,有助于加快释放教育、医疗等服务消费需求。近年来,网上零售的快速增长主要体现在实物消费领域,而服务消费占比总体偏低、不足两成。伴随以5G为代表的新一代信息基础设施的加快建设、新技术的推广应用,线上教育和娱乐、远程办公等服务消费需求有望加快释放。根据中国信息通信研究院的预测,2020至2025年,5G商用直接带动的经济总产出可能达10.6万亿元,间接拉动的经济总产出约24.8万亿元。

图12: 我国网上消费中服务占比相对较低



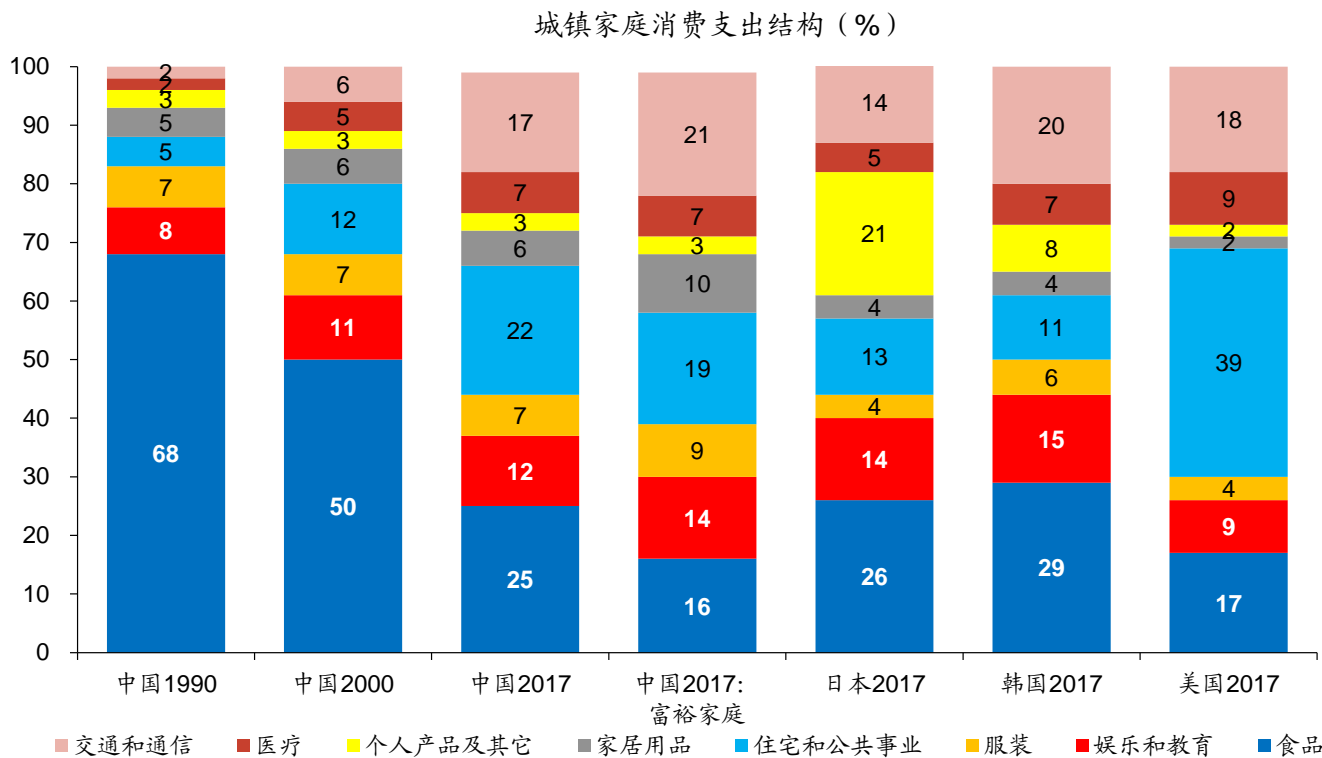
数据来源: Wind、开源证券研究所

图13: 5G信息技术, 有助于从供需两端释放消费潜力



资料来源: 《中国互联网络发展状况统计报告》、开源证券研究所

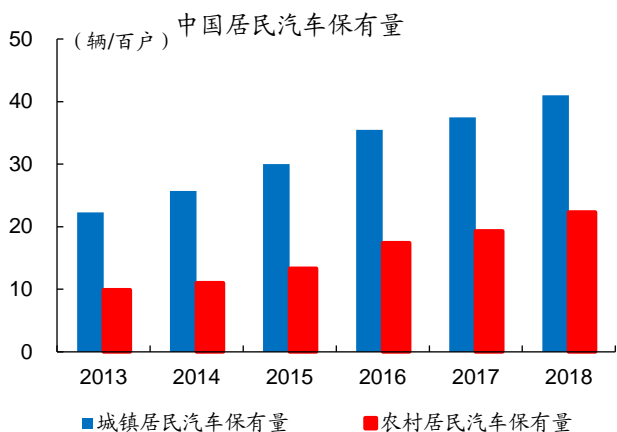
图14: 中国消费者在娱乐和教育领域, 消费潜力较大



数据来源: 麦肯锡全球研究院、开源证券研究所

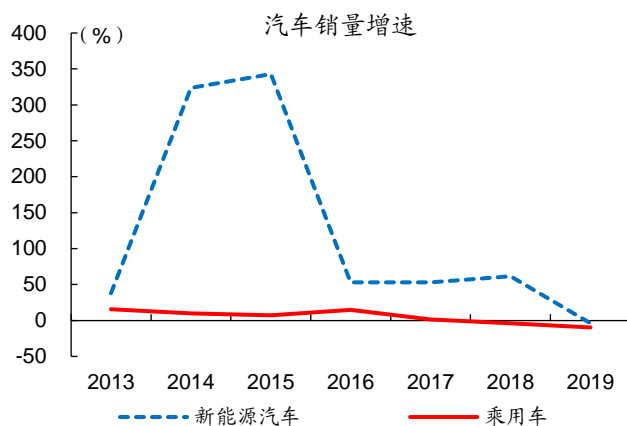
实物消费“结构升级”将是长期趋势，高能级城市耐用品消费转向节能环保，低能级城市及农村大众消费品仍存增量。伴随我国居民消费能力提升，传统家电、普通汽车需求增长的阶段可能已经过去，不同地区、不同消费群体未来需求表现或将明显分化。以汽车为例，充电基础设施供给相对较好的一二线城市，新能源汽车需求有望保持较高增速；相较之下，汽车保有量相对较低的低线城市和农村地区，耐用品消费潜力较大，普通汽车和家电等增量需求或仍然较大。

图15: 农村汽车保有量相对较低



数据来源: 新华网、开源证券研究所

图16: 近年来新能源汽车增长相对较快



数据来源: 国家统计局、开源证券研究所

图17: 影响新能源汽车购买意愿的主要因素

影响新能源汽车购买意愿的主要因素

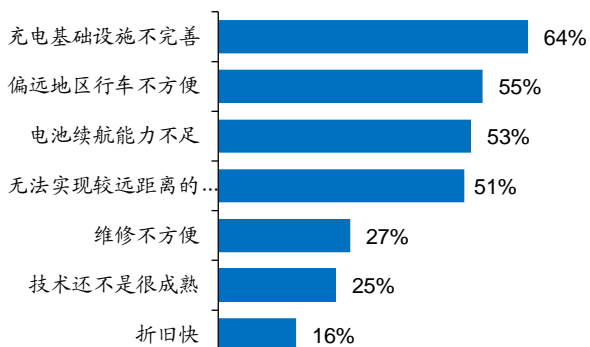
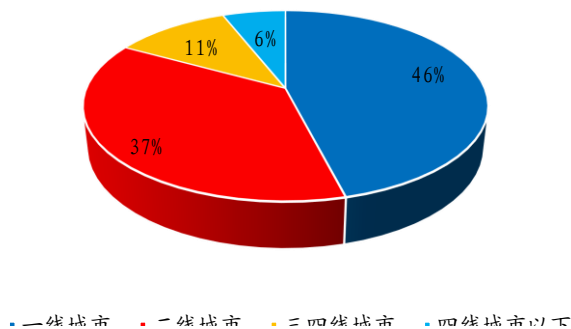


图18: 新能源汽车需求主要分布在一二线城市

2020年中国新能源汽车购买用户地区分布



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\\_1758](https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_1758)



云报告  
https://www.yunbaogao.cn

云报告  
https://www.yunbaogao.cn