

## 腾景宏观月报

2022年全口径消费年终回顾：行到水穷处，坐看云起时  
——全年消费呈“倒N”型走势温和复苏

基于腾景国民经济运行全口径数据

腾景宏观研究团队

## 相关报告

《腾景宏观月报：11月全口径投资：房地产投资再度下行，投资修复进程趋缓》2023-01-08

《腾景宏观月报：11月全口径供给侧：复苏承压，筑底待发》2023-01-05

《腾景宏观月报：11月全口径消费：需求短期疲弱，预期长期向好》2023-01-05

## 联系我们

010-65185898 | +86  
15210925572

IR@TJRESEARCH.CN

http://www.tjresearch.cn

北京市朝阳区朝阳门外大街乙  
6号朝外SOHO-A座29层

## 本期要点：

## 12月份全口径消费数据概览

腾景国民经济全口径数据库	现价同比	较上月	不变价同比	较上月	官方统计指标	现价同比	较上月	不变价同比	较上月
全口径最终消费	3.6%	↑	2.2%	↑	国家一般公共支出	3.0%	↓		
全口径政府消费	12.8%	↓	12.2%	↓	社会消费品零售总额	-1.8%	↑	-3.5%	↑
全口径居民消费	-1.8%	↑	-3.6%	↑	商品零售	-0.1%	↑		
居民：商品消费	-5.3%	↑	-7.4%	↑	限上：粮油、食品类	6.1%	↑		
居民：服务消费	1.5%	↑	-0.2%	↑	限上：饮料类	5.5%	↑		
居民：食品烟酒	-2.8%	↑	-6.1%	↑	限上：烟酒类	-7.3%	↓		
居民：衣着	-13.7%	↑	-14.0%	↑	餐饮收入	-14.1%	↓		
居民：居住	-1.6%	↓	-1.9%	↓	限上：服装鞋帽、针、纺织品类	-12.5%	↑		
居民：生活用品及服务	-6.0%	↑	-7.2%	↑	限上：建筑及装潢材料类	-8.9%	↑		
居民：交通和通讯	-8.5%	↑	-10.8%	↑	限上：日用品类	-9.2%	↓		
居民：教育、文化和娱乐	-10.5%	↑	-11.5%	↑	限上：家具类	-5.8%	↓		
居民：医疗保健	7.6%	↑	7.1%	↑	限上：家用电器和音像器材类	-13.1%	↑		
居民：其他用品及服务	-10.5%	↓	-12.8%	↓	限上：汽车类	4.6%	↑		
居民：公共医疗	17.8%	↑	17.4%	↑	限上：通讯器材类	-4.5%	↑		
居民：银行中介服务消费	9.8%	↓	7.0%	↓	限上：文化办公用品类	-0.3%	↑		
居民：保险服务消费	3.3%	↑	0.60%	↓	限上：书报杂志	11.0%	↑		
					限上：体育、娱乐用品类	-13.3%	↓		
					限上：中西药品类	39.8%	↑		

数据来源：腾景国民经济运行全口径数据库、国家统计局

## 一、12月腾景全口径最终消费情况

- 腾景全口径最新数据显示，12月全口径最终消费现价同比增长3.6%，扣除价格因素，不变价同比增长2.2%，较上月提升4.6个百分点；其中，居民消费现价同比下降1.8%，不变价同比下降3.6%，较上月提升4.1个百分点。政府消费现价同比增长12.8%，不变价同比增长12.2%，较上月下降1.5个百分点。
- 居民消费方面，12月商品、服务消费同步回升。商品消费现价同比下降5.3%，不变价下降7.4%，较上月提升4.0个百分点。其中，医药制造业和汽车制造业增量贡献较大，不变价同比增速为10.9%、1.9%；农副食品加工业、农林牧渔业、纺织服装、鞋、帽制造业、食品制造业、酒、饮料和精制茶制造业在增量贡献上形成较大拖累，不变价同比降幅分别为-13.0%、-10.7%、-11.9%、-7.3%、-10.7%，集中在食品、服装领域。服务消费现在同比增加1.5%，不变价下降0.2%，较上月提升3.6个百分点。其中，卫生、银行业、保险业增量贡献较大，不变价同比为18.8%、9.4%、2.9%；教育、信息传输、软件和信息技术服务业、餐饮业、居民服务、修理和其他服务业、道路运输业在增量贡献上形成较大拖累，不变价同比降幅为-9.5%、-7.6%、-10.0%、-8.1%、-7.3%。

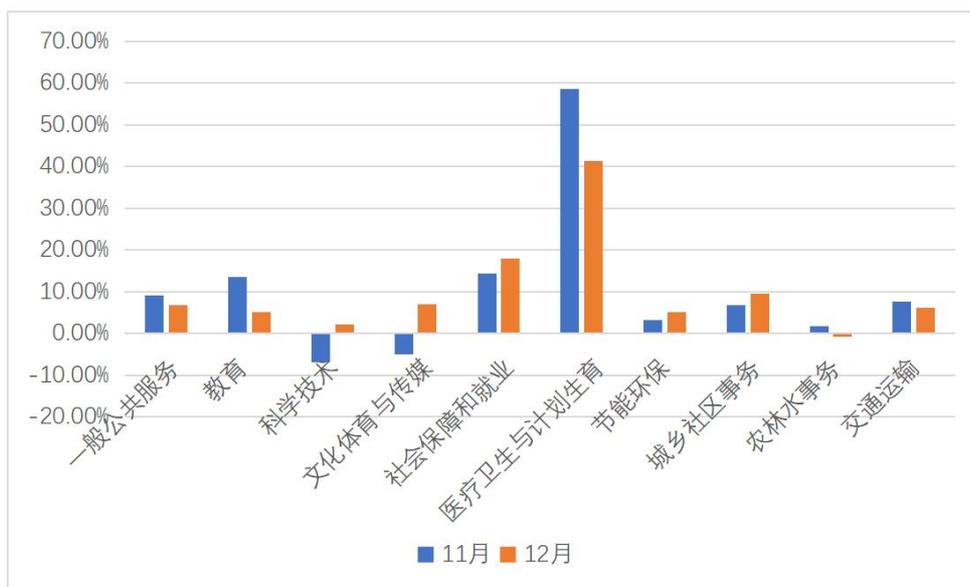
表1. 商品消费、服务消费中主要的正增长&负增长行业（不变价）

		行业类别	12月同比	较上月
商品消费	正增长行业	医药制造业	10.9%	25.9%
		汽车制造业	1.9%	8.4%
	负增长行业	农副食品加工业	-13.0%	-0.8%
		农林牧渔业	-10.7%	-0.1%
		纺织服装、鞋、帽加工业	-11.9%	4.3%
		食品制造业	-7.3%	8.0%
		酒、饮料和精制茶制造业	-10.7%	-0.1%
服务消费	正增长行业	银行业、证券业和其他金融活动	9.4%	-0.2%
		卫生	18.8%	8.4%
		保险业	2.9%	0.0%
	负增长行业	教育	-9.5%	0.7%
		居民服务、修理和其他服务业	-7.6%	1.0%
		信息传输、软件和信息技术服务业	-10.0%	5.9%
		道路运输业	-7.3%	6.4%
餐饮业	-8.1%	0.3%		

数据来源：IFIND、腾景国民经济运行全口径数据库

- 政府消费方面，民生领域中社会保障和就业支出实际同比提升至18.0%，医疗卫生与计划生育、教育同比分别小幅下降至41.2%、5.2%。基建领域中，城乡社区事务、节能环保实际同比上行至9.4%、5.0%，交通运输、农林水事务下降至6.1%、-0.9%。此外，科学技术支出提升至2.2%。

图1. 2022年11、12月政府消费不变价同比

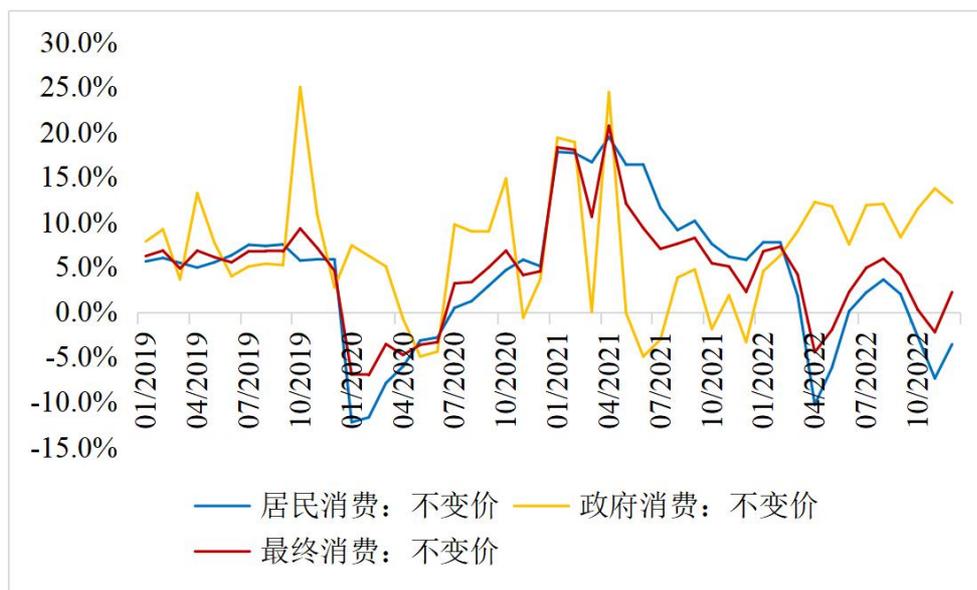


数据来源：腾景国民经济运行全口径数据库

## 二、2022年腾景全口径最终消费情况

- 整体上看，政府消费着力于民生、基建领域，全年高位增长。居民消费对疫情冲击的敏感度依然很高，呈现“倒N”型缓慢复苏态势，深度影响着最终消费走势。
- 随着防疫战线拉长，中国经济下行压力表现为“需求收缩”、“供给冲击”、“预期转弱”，就业稳定性降低、收入增速下行、预防性储蓄提升、市场预期低迷，致使“三重压力”始终未能彻底扭转。年底全面放开短期内冲击生产、消费，阶段性感染高峰过后，疫情束缚松绑促使市场主体预期显著提升，预计2023年消费或呈现积极复苏态势。

图2. 腾景全口径最终消费及分项不变价同比

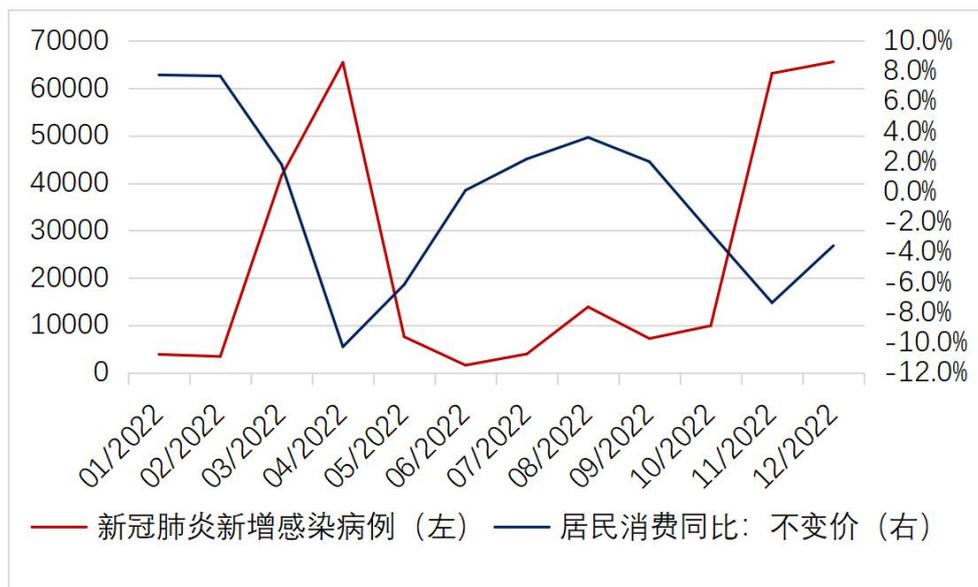


数据来源：腾景国民经济运行全口径数据库

### 2.1 全口径居民消费：震荡修复，熬过至暗时刻

- 居民消费修复节奏与疫情形势密切相关。居民消费增速全年呈现以4月和11月为波谷的“倒N”型走势，与新冠新增病例“N”型分布大致呈现同步负相关。
- 2022年4月前后，疫情在局部地区阶段性爆发大规模疫情，包括上海、吉林、海南在内一些地区的经济受到较为严重的冲击，持续时间约为2个月。
- 2022年11月，全国多地呈散发态势，随着变异毒株传播能力不断提升，防控难度和成本也逐步抬升，并再次爆发大规模感染。12月初，国务院联防联控机制发布疫情防控“新十条”，标志着国内防疫进入全面放开新阶段，多省感染进度存在差异，但基本于12月末前快速达峰，1月末进入尾声。从近期经济数据来看，新阶段下经济复苏态势较为积极，预期向好。

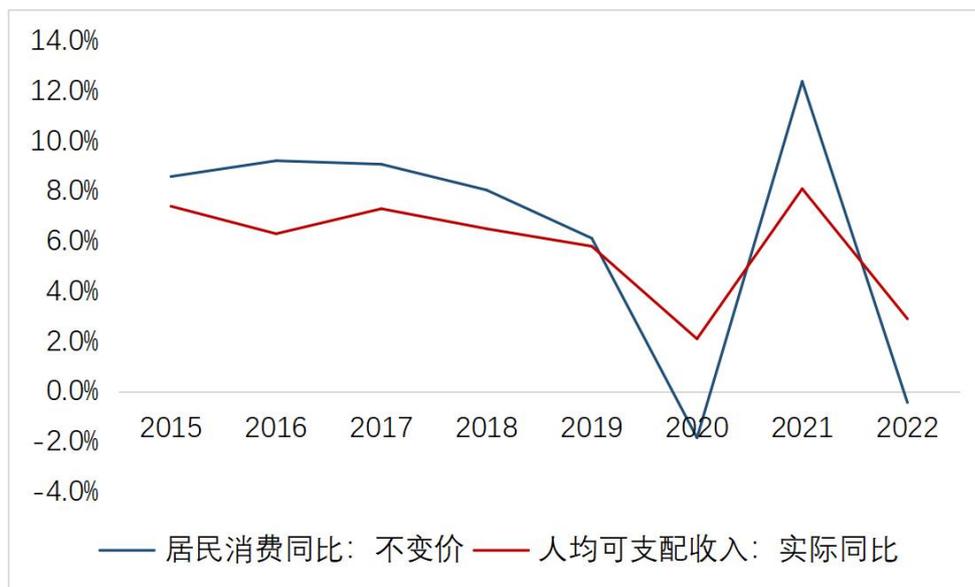
图3. 居民消费增速与新冠感染病例成反比



数据来源：腾景国民经济运行全口径数据库、IFIND

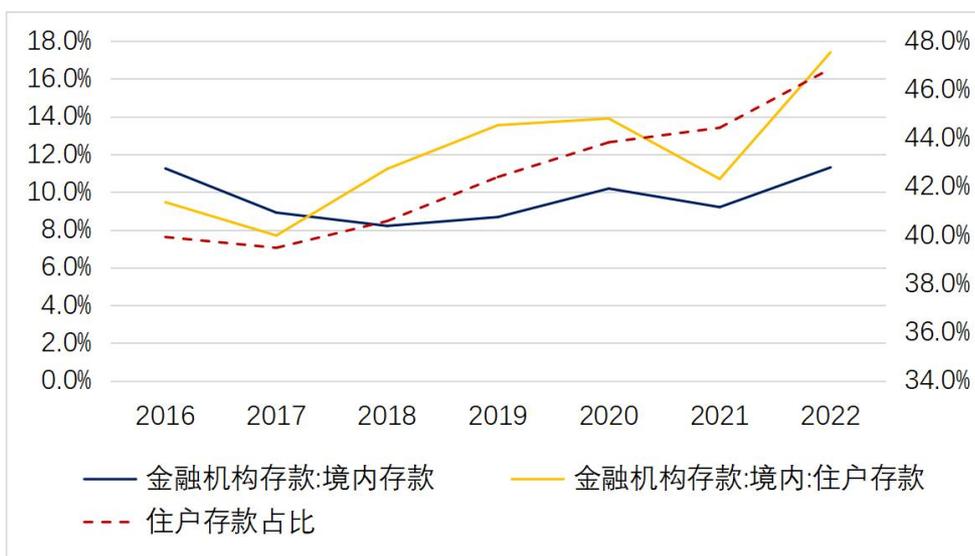
- 人均可支配收入与居民消费增速同步下降，居民储蓄意愿强烈。全年人均可支配收入实际同比增长2.9%，三年平均增速为4.3%，较2019年增速下降1.5个百分点。
- 从时间维度上看，疫情三年相对于人均可支配收入，居民消费波动更为剧烈，且消费增速不及收入，形成超额储蓄。居民减少开支的主要原因有三个，一是外出消费场景限制接触性消费，二是就业、收入预期持续弱化带来的预防性储蓄增加，三是房价下跌及购房观望情绪对购房支出及配套设施消费的减少。
- 从金融机构存款主体看，住户存款占比不断攀升，特别是2022年住户储蓄意愿大幅拉升，同比增量17.8万亿，增速为17.4%，远高于境内存款平均增速的11.3%。在全国首套房贷利率不断下行并与存量房贷利息差扩大的背景下，住户超额储蓄一定程度上形成了对2023年2月“提前还贷潮”的资金支撑，表明当前市场资本回报率仍处于低位。

图4. 居民消费与人均可支配收入不变价同比



数据来源：腾景国民经济运行全口径数据库、IFIND

图5. 金融机构存款同比增速与住户存款占比



数据来源：腾景国民经济运行全口径数据库、IFIND

- 商品消费全年负增长，普遍行业呈现回落。从行业角度看，保持正增长的行业有电力、热力、燃气、水的生产和供应、橡胶和塑料制品业、石油加工、炼焦及核燃料加工业。

- 居家时间延长导致电力、热力、燃气、水等家庭基本需求支出增加。医用外科口、N95、防护面具等防护用品均为塑料制品，其阶段性被定义为生活必需品现实情况仍在，且一次性消费品属性导致日常需求居高不下，带动橡胶和塑料制品需求抬升。负增长的行业有纺织服装、鞋、帽加工业、计算机、通信和其他电子设备制造业、农副食品加工业、文教体育用品制造业。消费场景受限、出行需求减少、消费意愿不足是服装类消费低迷的主要原因。根据CINNO市场调研机构数据，2022年中国手机销量为2.55亿部，下跌19.0%。TrendForce集邦咨询预测，2022年笔记本电脑出货量将小幅下降至2.38亿台，同比减少3.3%。计算机、通信和其他电子设备销量减少主要原因或在于2020年与2021年远程办公和线上服务等电子设备需求基本得到满足，致使透支了2022年购买需求。居家办公和线上教学减少了文教体育用品的需求。
- 服务消费全年温和增长，金融、卫生行业为主要支撑。从行业角度看，保持正增长的行业有银行业、证券业和其他金融活动、卫生、保险业。2022年金融机构本外币各项贷款为2540.8万亿人民币，同比增长10.7%，银行业务较为稳定。2022年保险行业保费收入约为47145.2亿元，同比增长5.0%，保险需求合理增长。卫生消费在抗疫背景下延续增长态势。负增长的行业有教育、信息传输、软件和信息技术服务业、道路运输业、娱乐业、批发零售业。教育、娱乐、批发零售普遍与接触性消费场景受限相关，教育消费持续减少与“双减”政策紧密相关。道路运输业受城际运输限制多、物流人员阶段性短缺等因素冲击小幅回落。根据国家邮政局数据，2022年前年快递业务收入仍维持正增速2.3%，表明网上零售业绩良好。

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\\_52123](https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_52123)

