



盘和林：2022年依然要处理好疫情和消费的关系，不宜过度刺激



作者：盘和林 中南财经政法大学数字经济研究院执行院长

1月17日，国家统计局发布数据显示，2021年12月，社会消费品零售总额41269亿元，同比增长1.7%，前值为3.9%。其中，除汽车以外的消费品零售额36618亿元，增长3.0%。按消费类型分，12月份商品零售36428亿元，同比增长2.3%；餐饮收入4841亿元，下降2.2%。

从整年数据来看，2021年，社会消费品零售总额440823亿元，比上年增长12.5%，两年平均增速为3.9%。其中，除汽车以外的消费品零售额397037亿元，增长12.9%。扣除价格因素，2021年社会消费品零售总额比上年实际增长10.7%。

2021年消费数据全年整体保持增长，但出现消费增速前高后低的局面，第三季度开始消费疲软。下半年社会消费品零售总额增速下滑的原因是因为如下几点：

其一、是因为区域性零星出现的新冠疫情。清零政策下，新冠疫情降低了人员流动性，尤其是跨省旅游，线下零售方面受到了一定的冲击。对于居民收入也有一定冲击。故而消费增速有所下滑。

其二、是因为全球大宗商品涨价，导致PPI上涨，部分商品成本上升，部分产品出现了价格上涨。由于大宗商品涨价并非需求导致，而是供应链不畅和疫情因素，尤其是一些非必需品价格上涨，会延缓消费者的购买决策。所以下游需求没有提升的情况下，诸如双十一购物节这样的消费集中

时段并没有出现商品销量的爆发式增长。

其三、相对来说，2020年下半年基数较高。2020年上半年疫情影响经济需求，而下半年有所恢复，而2021年总体态势较为稳定，所以同比增速下滑。

那么，如何优化消费数据呢？

其一、可以通过供给结构改革，政策推动消费结构优化。比如家电下乡、新能源汽车下乡，比如充电桩等新基建。比如政策支持新型消费品企业。通过供给优化，推动消费升级，进而推动消费市场的繁荣。

其二、处理好疫情。如果下半年消费疲软的主要因素是疫情，那么控制好疫情，抓住疫情缓解窗口期，迅速推进线下消费，则是最佳解决方式。

其三、不宜用宽松拉动消费需求，但可以适当采用财政工具。当前情况下通胀率抬升反而抑制消费，因为通胀率抬升压力并非来自供需，而是来自物流、供应链等领域，当然可以适当的采用财政政策工具，引导消费升级。并在疫情窗口期通过政策支持适度通过优惠券的方式促进消费。

2022年将延续2021年的高增长，并在消费结构优化上更上层楼，同时2022年依然要处理好疫情和消费的关系，抓住疫情缓解窗口期，推动消费增长。同时2022年依然要关注PPI对CPI的压力传导，通过消费结构优化拉动为主，财政适时拉动为辅，但对于货币投资拉动依然要保持审慎。

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_36158

