



香港消费券政策的经验启示



消费疲软已成为当前中国经济的主要拖累之一，国家统计局数据显示，2021年12月社零总额同比仅增长1.7%、实际同比已跌至负值。

今年一季度能否有效提振消费、扩大内需，成为现阶段中国稳住宏观经济大盘、进而实现全年增长目标极为关键的一环。值得关注的是，2021年下半年中国香港特区政府强力实施消费券计划，短期内对本地消费带来明显提振。为此，笔者对香港消费券政策进行了详细研究，认为尽管内地实际情况有所不同，但香港经验对2022年内地制订短期促消费政策仍极具启示意义。

回顾疫情之初，中国香港特区政府曾使用财政储备对居民直接进行现金补贴（人均10000港元），由于直接将现金打入居民银行账户、并未限定必须用于消费，且疫情冲击下诸多消费场景受限，导致政策对当期消费的促进作用并不明显。相较而言，香港本轮消费券方案具备显著优势。

一方面，占用财政资源更少。香港本轮消费券计划向18岁以上永久居民和新来港人士每人发放5000港元消费券、人均额度仅为此前一半，对财政资源的消耗显著低于此前一轮的现金补贴。数据显示，香港本轮消费券计划共投入360亿港元财政预算、占2021年财政收入比重约为7%左右，考虑到2019年之前香港财政长年处于大幅盈余的状态，本轮全民派发消费券的支出规模并未引发针对财政负担的过多担忧。

另一方面，促消费的针对性明显提升。根据计划方案，香港特区政府明确限定消费券的使用范围限于本地零售、餐饮和服务业商户的实体及网

上店铺，同时规定了不适用消费券的交易类别，如政府收费、水电煤气收费、公共机构收费、教育开支、购买金融产品或服务、捐款、非本地商户购物、个人对个人（P2P）支付、兑换现金等。由于规定了消费券仅能用于本地特定场景消费，香港本轮促消费政策的力度实际更具针对性，为后期取得良好效果奠定了重要基础。

目前来看，中国香港消费券计划至少取得了双重积极效果：

一方面，在极短时间内快速提振了本地消费、激活消费信心。香港消费券惠及 720 万市民和 10 余万本地商户，覆盖不同消费场景，数据显示自去年 8 月开始分批次发放消费券以来，香港零售当月同比增速迅速扭转了此前的下行趋势，在奥密克戎输入香港之前（11 月末），始终保持在 7%-12%左右的较高位置。根据特区政府经济顾问的估算，消费券计划对于香港经济的提振作用大概为 0.7%，其中，对餐饮、批发零售、交通运输等行业的拉动作用更为明显；三季度餐饮业已恢复至疫前同期（2019 年三季末）水平的 81%左右，在疫情封闭、无外来消费的情况下实属不易。

另一方面，助力中国香港金融科技发展和数字化转型。根据计划实施方案，合格居民可选择支付宝香港、八达通、拍住赏（Tap & Go）或微信支付香港等多种线上线下渠道领取消费券，不仅兼顾了本地居民传统消费支付习惯、适老性等需求，同时鼓励市民和商户拓展更多渠道的电子支付，有助于完善香港在零售领域的数字基础设施，扩大香港金融科技服务覆盖面，加速经济社会数字化转型。

当然，在笔者看来，中国香港消费券在设计细节上仍可做得更好。例如，香港消费券采用全额抵扣方式、未使用满减设计，更多体现为对居民消费的短期一次性刺激。进一步做大乘数效应将是未来香港消费券政策的重点优化方向。

对内地而言，岁末年初之时奥密克戎新一轮疫情再次多点暴发、防疫政策持续收紧，使得一季度消费面临更加严峻的考验，刺激消费、提振内需已刻不容缓。1月14日，国家发改委印发《关于做好近期促进消费工作的通知》，其中多次提及鼓励有条件的地方发放消费券。事实上，消费券作为政策工具箱中的重要手段之一，短期效果优势明显，疫情以来各地也实践不断。在笔者看来，中国香港做法对内地促消费具有积极参考意义。

一是政策发力加快转向供需平衡，提升对居民收入端的财政支出力度，考虑统一派发消费券。疫后中国政策侧重供给侧、投资端，经济恢复明显供大于求。但减税降费手段并非万能，其效果高度依赖市场主体盈利状况，具有一定顺周期属性、还面临“幸存者偏差”。相较而言，消费券等收入端政策逆周期属性更加突出，在经济下行时期更具政策性价比。此情况下，

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_39041

