



春暖花开会有时



中国首份 数字消费券账单

蚂蚁集团研究院
2020年8月

Ant Group Research
蚂蚁集团研究院

中国首份 数字消费券账单

蚂蚁集团研究院
2020年8月



摘要

新冠疫情给全球经济带来前所未有的冲击。为了重振经济、刺激消费，我国成为全球第一个发行数字消费券的国家。实践证明，数字消费券在刺激居民消费、推动商家复工复产，提高财政资金效率方面效果显著，实现消费者、商家和政府三赢。

本报告是数字消费券的首份“账单”，全面展现了政府在支付宝平台上发放的每1元消费券究竟是如何进入实体经济，并且以“乘数效应”拉动居民消费，同时助力大量小微企业复工复产，在疫情平复后快速让一座座城市及时重启和复苏。支付宝在实践中发现：数字消费券天然具有“滴灌效应”，能精准地将助力受疫情影响严重的小微企业、餐饮零售业走出困境，也能精准地撬动中老年人、消费意愿低下的人群增加消费，更能跨越“数字鸿沟”助力中西部地区和各线城市提振消费。

数字消费券背后已逐步形成一套经济学原理，北京大学、中国财政科学院、中国社会科学院均进行了严谨的研究和论证，消费券的普惠、高效、精准得到了理论证明。

数字消费券是带动人们走上街头的一小步，更是数字治理和数字经济实践的一大步。支付宝正在推动数字消费券趋于常态化，从政府主导示范到商家自发抱团，街边小店通过支付宝也能像“星巴克”一样数字化转型，通过数字消费券实现连锁营销，财政政策也能从“乘数效应”升级到“指数效应”，最大化财政资金的效果。

【逆境而行】 2020 年是全球经济发展史上百年一遇的逆风开局 5

- 新冠疫情让原本下滑的全球经济发展“雪上加霜” 5
- 消费成为当下全球各国经济所依赖的“引擎” 5
- 疫情之后，消费需要尽快完成“重启”工作 6
- 作为就业主力军的小微企业，需要更多支持以度过难关 8

【顺势而为】 中国为什么会成为全球第一个发行数字消费券的国家？ 9

- “直升机撒钱”更注重提高收入，但拉动消费有所不足 9
- 消费券通过“杠杆效应”实现消费者、商家、政府三赢 10
- 数字消费券作为消费券 2.0，实现效果和效率“双高” 10
- 支付宝 15 年来点满的“技能树”为消费券保驾护航 11
- 移动支付之后，数字消费券也从中国“出口”到海外 11

【商家账单】 消费券在商家复工复产中发挥什么作用？ 12

- 消费券能覆盖多少商家？ 12
- 消费券对谁更有利？大商家还是小商家？ 12
- 消费券流向什么行业的商家？ 13

【消费者账单】不同的消费者会怎么用数字消费券？..... 15

- 1元消费券一般多久会被花掉？..... 15
- 多少面额的消费券效果让用户使用起来最方便？..... 15
- 什么时候发消费券效果最佳？..... 16
- 不同年龄的消费者在使用消费券时有什么特点？..... 17

【消费券经济学】消费券账单背后的学术新发现..... 18

- 消费券拉动效应远超预期，并且跨越人群、地区、商家规模差异，具有普惠效应..... 19
- 小微企业是中国经济底盘，数字消费券对其复苏作用显著..... 19

【消费券的未来】实现财政政策“指数效应”，让小店联合起来做“星巴克”..22

- 未来的政府从主导到引导：数字消费券平台帮助财政政策从“乘数效应”到“指数效应”..... 22
- 未来的商家从独力到聚力：数字消费券让街边小店也能像“星巴克”一样数字化转型，并且实现连锁营销..... 23

【尾声】数字消费券：数字治理和数字经济实践的一大步..... 24

逆境而行

Ant Group

2020 年是全球经济发展史上百年一遇的逆风开局

● 新冠疫情让原本下滑的全球经济发展“雪上加霜”

新冠疫情带来的经济影响远超 2008 年金融危机，成为上世纪 30 年代大萧条以来最大经济衰退。今年 4 月，国际货币基金组织将 2020 年全球 GDP 增长预期调至 -3%，世界贸易组织则预测为 -8.8% 至 -2.5%。

● 消费成为当下全球各国经济所依赖的“引擎”

疫情之下，全球贸易几乎停摆，外需停滞下，消费成为各国经济复苏的重点。



图 1：疫情导致外国游客锐减，日本最大连锁免税店 Laox 于 7 月 28 日宣布关闭旗下半数门店

中国近年来逐步成为消费大国，消费连续6年成为拉动经济增长的第一动力，在“三驾马车”中贡献过半。在中国，通过消费拉动经济发展回补具有现实基础。

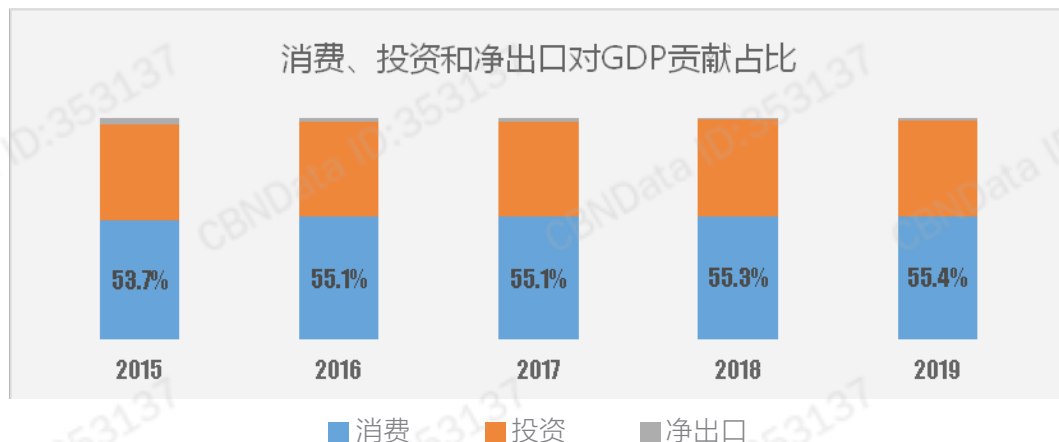


表 1：三驾马车中，消费对 GDP 贡献占比过半
(数据来源：Wind)

• 疫情之后，消费需要尽快完成“重启”工作

疫情对消费同样造成沉重打击，春节前后出现“断崖式下跌”，且没有像2003年非典出现的“报复性消费”（如图2）。

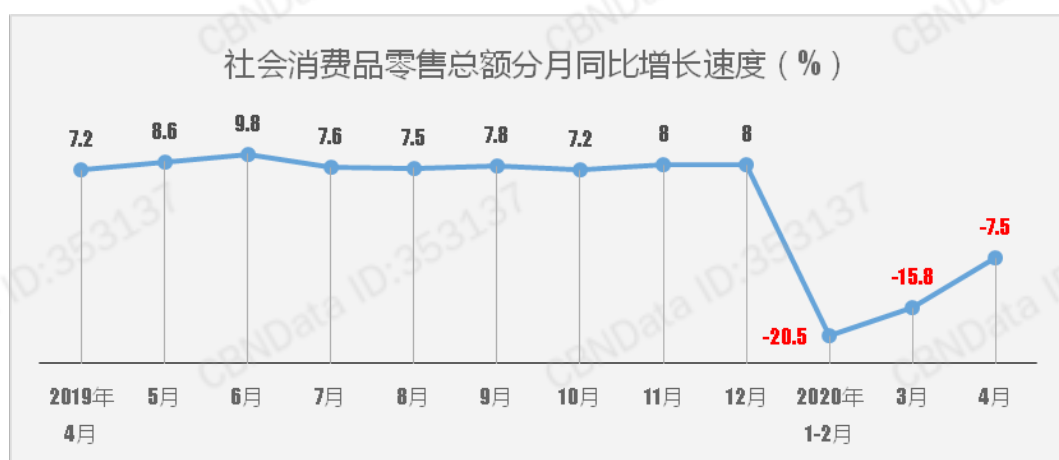


表 2：社会消费品零售总额分月同比增长速度
(数据来源：中国国家统计局)

从商家端来看，不少行业仍未从疫情期间“休克”状态走出来。全球不少国家仍处于疫情爆发阶段，餐饮、零售、娱乐等服务业全面陷入停摆状态，即使像中国目前疫情趋于缓和，仍有不少商家因为需求不振、资金短缺、人手不足等原因仍未开张，其中大多数是小微商家。



图 2：小微商家因需求不振、人手不足等原因未充分复工复产

从消费者端来看，疫情造成不少国家就业减少，收入缩水。美国 4 月失业率从疫情前不到 4% 增至 14.7%，超过 08 年金融危机，仅次于上世纪 30 年代“大萧条”时期。疫情同样对中国居民的就业和收入产生影响，不仅如此，疫情期间消费压抑

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_16717

