

腾景宏观月报

8月全口径消费：
居民消费增速稳而略升，政府消费延续民保力度

——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：7月全口径投资：房地产降速减缓，投资大盘稳中趋升》2022-08-29

《腾景宏观月报：7月全口径消费：疫情再起，居民消费错失“V型”复苏》2022-08-29

《腾景宏观月报：7月全口径供给侧：踟躇求进，动能不均》2022-08-29

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：

8月份全口径消费数据概览

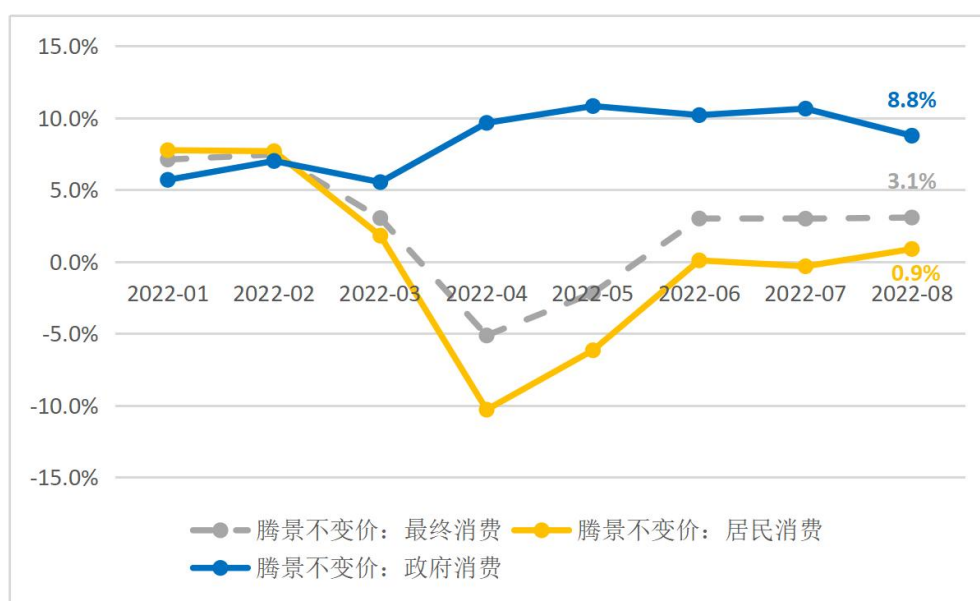
腾景国民经济全口径数据库	现价	较上月	不变价	较上月	官方统计指标	现价	较上月	不变价	较上月
	同比		同比			同比		同比	
全口径最终消费									
全口径政府消费	9.5%	↓	8.8%	↓					
全口径居民消费	3.2%	↑	0.9%	↑	社会消费品零售总额	5.4%	↑		
居民：商品消费	5.7%	↑	2.7%	↑					
居民：服务消费	1.1%	↑	-0.7%	↑					
居民：食品烟酒	12.3%	↑	7.6%	↑	限上：粮油、食品类	8.1%	↑		
					限上：饮料类	5.8%	↑		
					限上：烟酒类	8.0%	↑		
					餐饮收入	8.4%	↑		
居民：衣着	5.7%	↑	5.2%	↑	限上：服装鞋帽、针、纺织品类	5.1%	↑		
居民：居住	1.1%	↓	0.6%	↓	限上：家用电器和音像器材类	3.4%	↓		
					限上：家具类	-8.1%	↓		
					限上：建筑及装潢材料类	-9.1%	↓		
居民：生活用品及服务	0.4%	↓	-0.8%	↓	限上：日用品类	3.6%	↑		
居民：交通和通讯	10.9%	↑	5.8%	↑	限上：汽车类	15.9%	↑		
					限上：通讯器材类	-4.6%	↓		
居民：教育、文化和娱乐	-13.0%	↑	-14.3%	↑	限上：文化办公用品类	6.2%	↓		
					限上：体育、娱乐用品类	10.1%	↑		
居民：医疗保健	-3.2%	↑	-3.8%	↑	限上：中西药品类	9.1%	↑		
居民：其他用品及服务	-7.4%	↓	-9.3%	↓					
居民：公共医疗	0.3%	↓	-0.3%	↓					
居民：银行中介服务消费	11.6%	↑	9.3%	↓					
居民：保险服务消费	1.7%	↑	-0.4%	↑					

数据来源：腾景国民经济运行全口径数据库、WIND

一、8月腾景全口径最终消费情况

- 腾景全口径最新数据显示，2022年8月全口径最终消费现价同比增长5.0%，扣除价格因素，不变价同比增长3.1%；其中，居民消费现价同比增长3.2%，不变价同比增长0.9%（提升1.2个百分点）。政府消费现价同比增长9.5%，不变价同比增长8.8%（下降1.9个百分点）。
- 整体来看，居民消费方面，在低基数效应主导影响之下，不变价增速由负转正，拉动最终消费上行；政府消费方面，持续加大在民生领域投入，特别是社会保障和就业。囿于基建政策发力前置特点，下半年政府在基建领域的投入力度会有所减弱，8月份已明显观察到其对政府消费高增速的掣肘。因此，本月最终消费在居民消费上行、政府消费下行的综合影响之下，增速与7月基本持平。

图1. 腾景全口径最终消费及其结构增速（不变价同比）

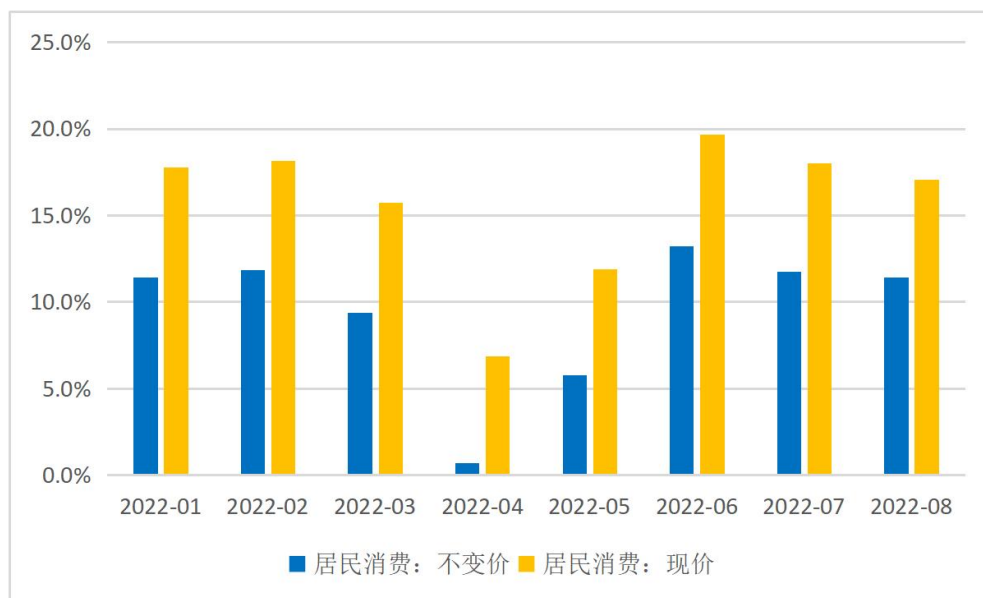


数据来源：腾景国民经济运行全口径数据库

二、居民消费：读数虽高，基数效应贡献较大

- 居民消费意愿仍然低迷。8月份，居民消费现价同比增长3.2%，不变价同比增长0.9%，分别较上月提升1.1、1.2个百分点。但本月居民消费高读数是在去年同期德尔塔变异、汛情等自然灾害冲击背景下产生的，因此我们以2019年为基期，测算了2022年较2019年同比增速的变化，结果表明，8月居民消费恢复真实水平较7月并没有显著提高，反而有些回落。

图2. 2022年1-8月居民消费较2019年增速

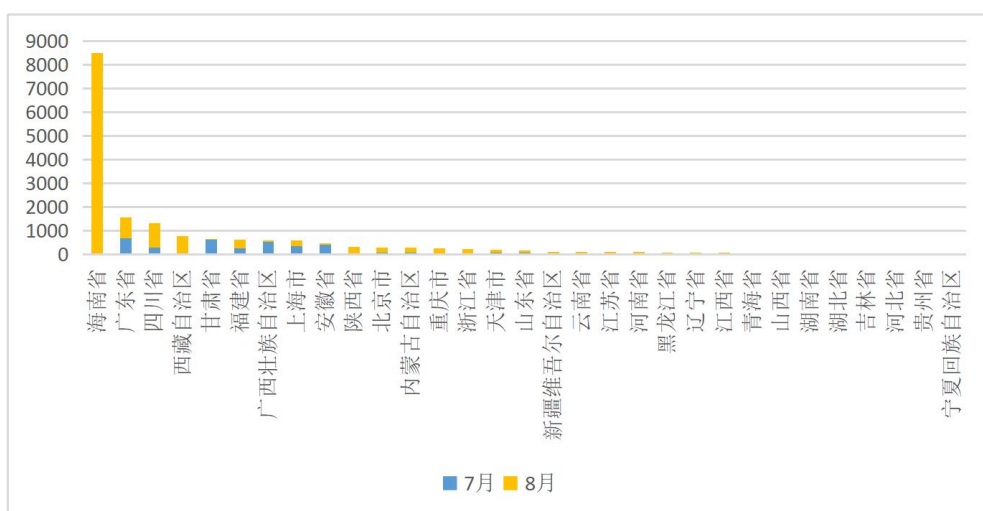


数据来源：腾景国民经济运行全口径数据库

1、疫情多地散发，以海南、西部地区为主的旅游城市形势严峻

- 8月，全国新冠肺炎确诊病例累计13854例，新增病例大幅提升至7月的3.5倍。其中，海南省是本轮疫情的重灾区，当月新增病例为8466例，占全国比重超六成。另外，四川省、甘肃省、广西壮族自治区、内蒙古自治区疫情形势也颇为严峻，对于8月“暑期旅游”消费造成一定压力。同时，北京市、天津市、山东省确诊数量微弱抬头，呈现多地散发态势。

图3. 2022年7-8月新冠肺炎确诊病例分布

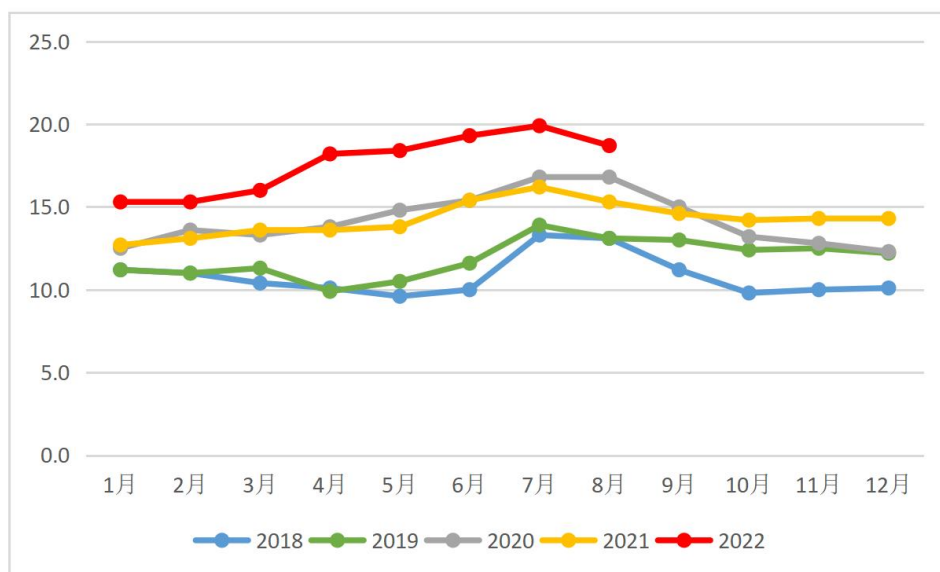


数据来源：IFIND、腾景国民经济运行全口径数据库

2、就业形势持续好转，结构性失业问题仍需警惕

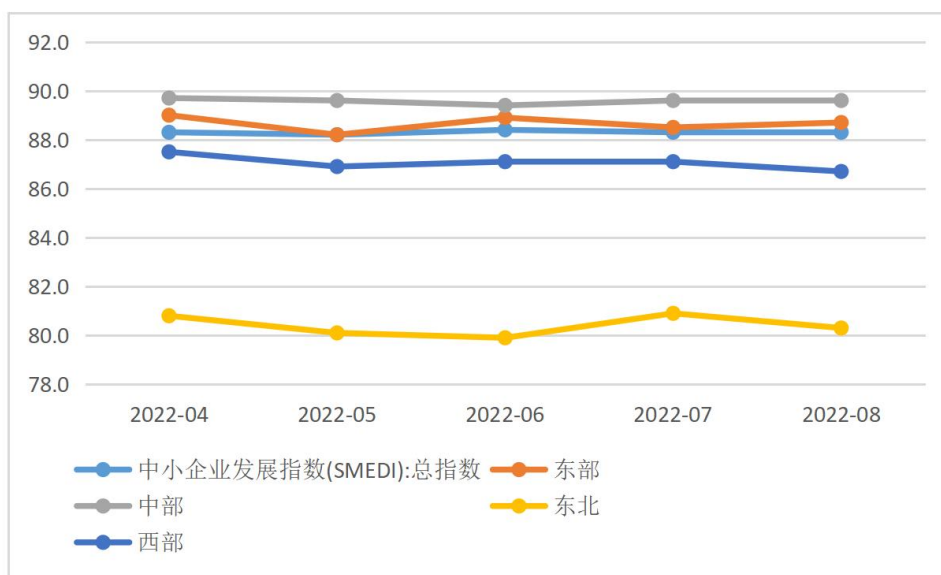
- 8月，城镇调查失业率为5.4%，连续3个月回落，稳岗促就业政策落地效果显现。从年龄结构来看，25-59岁人口失业率维持在4.3%，16-24岁青年人口失业率下行，由19.9%下降至18.7%，仍处于近五年来季节性高点。
- 外来户籍人口失业率降至5.3%，略高于正常水平。着力解决青年就业结构性矛盾问题应是促就业接下来重点关注的内容。
- 根据中国中小企业协会测算，8月中小企业发展综合指数与上月持平，均为88.3%。3月本轮疫情以来，该指数并未出现明显回暖，表明中小企业市场主体仍处困境。从区域看，东部营商环境加快修复，中部地区较为稳定，西部地区受疫情影响显著下行，东北地区持续恶化。
- 从行业来看，8月中下旬企业指数明显降低的行业有交通运输业、批发零售业和社会服务业；明显改善的有住宿餐饮业。

图4. 城镇调查失业率：16-24岁人口



数据来源：IFIND、腾景国民经济运行全口径数据库

图5. 中小企业发展指数 (SMEDI)

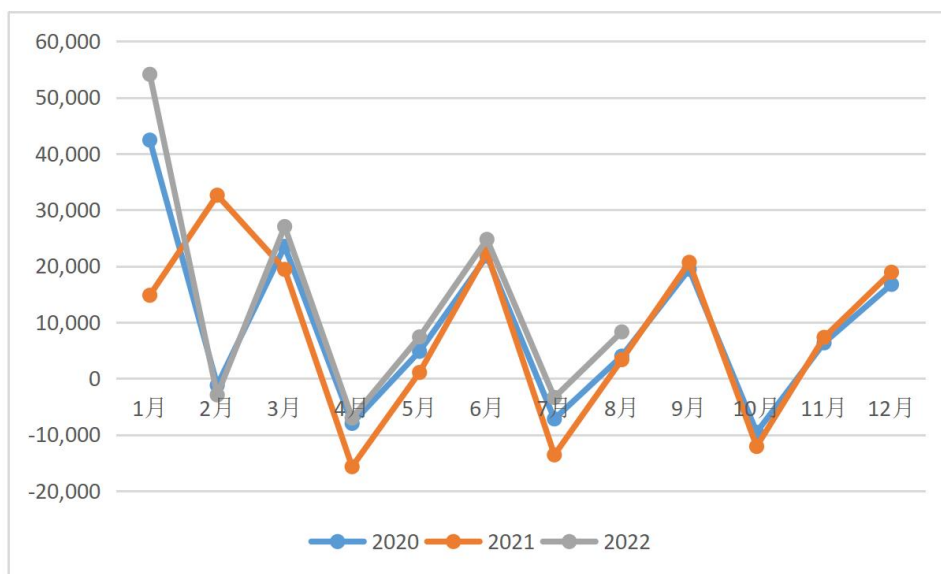


数据来源：IFIND、腾景国民经济运行全口径数据库

3、居民预期犹弱，储蓄意愿居高不下

- 7月居民消费者信心指数和预期指数分别为87.9%、89.6%，位于历史较低水平，并于4月触底后未呈现“V型”快速修复，表明居民预期仍然较弱。三季度疫情虽已得到控制，但需求低迷，住户新增存款仍处高位。据中国人民银行数据，8月住户人民币新增存款当月新增8286亿元，显著高于季节性增长。

图6. 金融机构：人民币存款；当月新增（季节图）

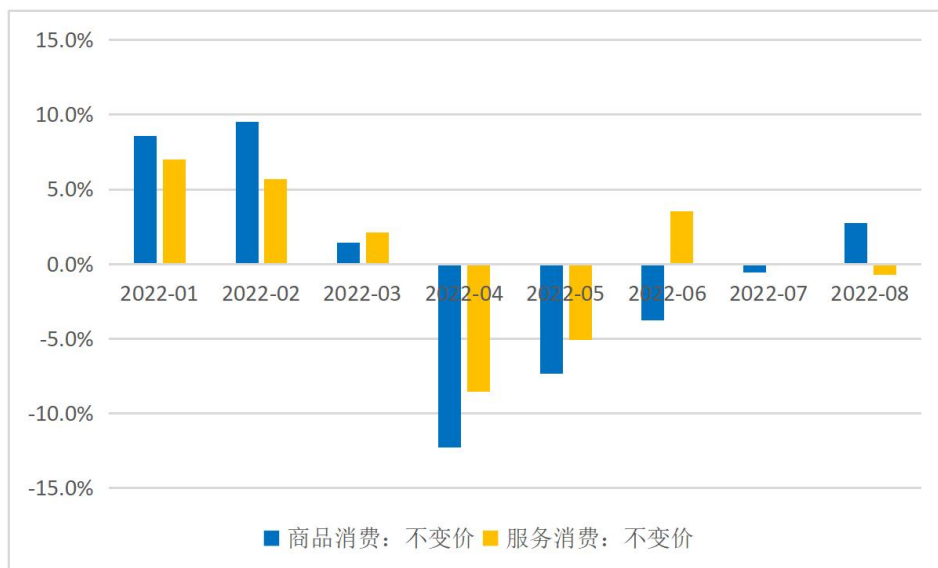


数据来源：IFIND、腾景国民经济运行全口径数据库

4、商品消费复苏态势稳健，服务消费仍受疫情掣肘

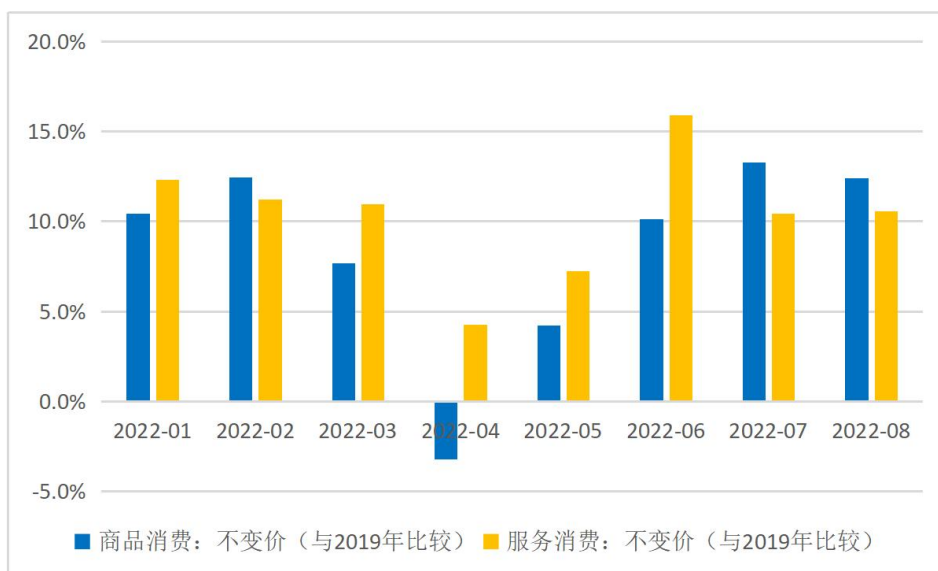
- 8月，商品消费现价同比增长5.7%，不变价同比增长2.7%；服务消费现价同比增长1.1%，不变价同比增长-0.7%。从当月同比读数来看，同上月相比，商品消费提升，服务消费小幅回落。
- 剔除去年显著基数效应，与2019年同期增速相比，7-8月份商品消费增速已超本轮疫情前1-2月增速水平，服务消费相对增速不及年前，但8月商品消费小幅回落，由13.3%下降至12.4%，服务消费增速10.5%小幅涨至10.6%。

图7. 2022年1-8月全口径不变价商品消费、服务消费当月同比



数据来源：腾景国民经济运行全口径数据库

图8. 2022年1-8月全口径不变价商品消费、服务消费（较2019年增速）



数据来源：腾景国民经济运行全口径数据库

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	8月同比	较上月
商品消费	正增长行业	农副食品加工业	5.7%	6.1%
		农林牧渔业	6.0%	6.3%
		汽车制造业	9.7%	6.7%
		纺织服装、鞋、帽制造业	5.0%	5.0%
		酒、饮料和精制茶制造业	6.1%	6.4%
	负增长行业	文教体育用品制造业	-11.2%	-3.4%
		医药制造业	-3.7%	1.1%
		计算机、通信和其他电子设备制造业	-3.6%	1.8%
服务消费	正增长行业	银行业、证券业和其他金融服务活动	9.2%	-1.2%
		餐饮业	6.7%	6.7%
		信息传输、软件和信息技术服务业	5.6%	6.7%
	负增长行业	教育、娱乐业	-14.4%	-2.8%

数据来源：腾景国民经济运行全口径数据库

(1) 商品消费：必选消费品具韧性、可选消费呈分化

- 商品消费中，8月保持正增速的行业有汽车制造业、酒、饮料和精制茶制造业、农林牧渔业、农副食品加工业、纺织服装、鞋、帽制造业，同比增速分别为9.7%、6.1%、6.0%、5.7%、5.0%，均较上月明显提升，涨幅均在5个百分点以上。保持负增速的行业有文教体育用品制造业、医药制造业、计算机通信和其他电子设备制造业，同比增速分别为-11.2%、-3.7%、-3.6%，其中文教体育用品制造业持续下行，表明文教体育用品需求走低。
- 以粮油食品为代表的必选消费品延续强势增长趋势，是商品消费的压舱石。2022年以来，受新一轮猪周期价格推动和疫情因素对可选消费的挤出，粮油食品类消费可观，尤其是疫情较为严重的3-6月，较2019年增长率可达30%以上。同时，日用品消费也保持在合理增速范围之内。
- 可选消费增速显著分化，地产后周期消费低迷，汽车消费持续提振，消费升级态势可见。

- 地产后周期消费方面，自2020年8月央行与住建部提出房地产融资三道红线以来，房地产企业金融管制力度加大，以恒大为代表的民营企业暴雷接踵而至，叠加新冠肺炎疫情下的“三重压力”，房地产行业的弱预期由企业端逐步传导至居民端，2022年4月“断贷潮”发出危机预警。
- 今年以来，商品房销售和房地产开发投资均拖累经济复苏，房地产庞大的产业链不仅是创造产值和就业的载体，其兴衰对地产后周期消费更是影响显著。从国家统计局公布的数据来看，建筑及装潢材料、家具类消费相对于2019年不但没有增长，反而下跌10-20个百分点，跌幅走扩趋势未见收窄，意味着房产景气度仍在下行。
- 汽车消费方面，拉动汽车消费是2022年“促消费”政策的重中之重，减免购置税、放宽限购、汽车下乡等政策力度强劲。同时七普调查显示，人均汽车保有量仅0.16辆，居民出行用车需求远没有得到满足。新能源汽车绿色转型、数字化转型也在不断提升购车意愿。这些因素都为2022年汽车消费强势奠定了基础。
- 根据中国汽车工业协会发布的信息，8月乘用车产销分别完成215.7万辆和212.5万辆，同比分别增长43.7%和36.5%，均维持在高景气水平。其中，高端品牌乘用车增长较快，同比增长43.5%；新能源汽车销售66.6万辆，同比增长1倍，占比超过30%。
- 消费升级方面，以粮油食品消费增速为基准线，体育娱乐用品、文化

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_47015

