



沈建光：2023 年消费有望 回暖，但需要政策进一步 加力





2022年，中国经济经历了内需不振和外需回落的共振冲击，其中消费大幅走弱对经济增长产生了较大拖累。结合最新数据，去年社会消费品零售总额将继2020年后再度萎缩，受此影响，全年GDP增速大概率降至3%以下。中央经济工作会议后政策层不断释放积极信号，但各界对2023年消费复苏情况仍存在较大分歧。

在笔者看来，2023年消费有望回暖，但复苏程度还面临较多不确定性，需要政策进一步加力。建议加大中央财政对消费的支持力度，通过支持各地发放消费券、加大绿色智能家电下乡和以旧换新补贴、发挥平台企业消费放大器作用、加强财政支持与金融服务联动等方式，推动消费复苏。

四大因素导致消费负增长

2022年1~11月，社会零售总额累计同比下降0.1%，显著低于2021年同期的4.0%（2020~2021两年复合增速）和2019年同期的8.0%，全年大概率负增长。其中，各品类增速全面回落，可选消费和接触性聚集性消费尤为疲软。疫情反复不断、就业收入承压、消费信心不足、收入分化扩大日益成为制约消费复苏的四大因素。

一是疫情持续限制消费场景，阻碍人员流动。2022年4月上海和长三角地区疫情暴发期间、10月以来各地疫情持续高发期间，社零增速均大幅下滑至负区间。2023年元旦假期，国内旅游人次和收入分别只恢复至2019年元旦假期的43%和35%。

二是企业经营承压，结构性失业突出，收入增长放缓。一方面，2022年以来，中小企业经营压力加大，民营工业企业利润持续负增长，导致企业进一步压缩各类开支。据国研中心研究机构的测算，2022年前三季度社会集团消费增速持续为负。另一方面，城镇调查失业率高企，16~24岁失业率维持在17%以上的高位，居民收入增长明显放缓，极大限制了消费能力。前三季度居民收入累计同比为5.3%，低于2021年同期的7.1%（两年复合增速）。

三是消费信心明显转弱，居民部门主动“去杠杆”。抗疫三年持续消耗叠加就业收入预期转弱，导致居民资产负债表受损，表现为储蓄意愿大幅增加、消费意愿大幅降低。

四是不同群体的收入分化拉大，制约消费回暖。一般而言，低收入人群的边际消费倾向更高，因此收入分化扩大不利于消费潜力释放。而疫情以来，城镇和农村高、低收入人群的收入差距均有扩大。根据收入五等划分，城镇前 20%高收入户与后 20%低收入户的可支配收入之比从 2019 年的 5.9 提升至 2021 年的 6.1，农村前 20%高收入户与后 20%低收入户的可支配收入之比从 2019 年的 8.5 提升至 2021 年的 8.9。

此外，2022 年前 11 个月，金银珠宝类零售三年复合增速达 8.1%，明显超过整体限额以上商品零售增速（4.6%），或反映疫后高收入人群受冲击相对更小，奢侈品消费总体呈现较快增长。

积极政策支持下全年社零有望复苏

展望 2023 年，防疫政策放开、宏观政策稳增长、产业政策重发展对消费增长形成正向支撑，但疫情演变、政策力度、房地产修复还存在不确定性，叠加一系列中长期因素的制约，笔者对 2023 年消费保持谨慎乐观：预计低基数下全年社零增速将回升至 6%左右，两年复合增速在 3%，回到疫情前趋势水平的难度较大。

首先，防疫政策全面放松，消费场景限制减少。目前正处在防疫政策明显放松的“阵痛期”（海外经验在 2~4 个月），全国感染人数激增，居民出行减少、消费场景受限。预计一季度消费会面临较大冲击，增速可能延续弱势。

在经历短期阵痛后，伴随消费场景恢复、生活回归常态，预计 2023 年二季度消费将出现明显反弹。从疫后亚洲各国消费复苏经验来看，疫情防控明显放松后商品和服务消费均有回升，前期下滑幅度较大的服务消费修复弹性更高，预计接触性服务消费（如餐饮、住宿、交通等）将有明显改善。

其次，政策重心转向“稳增长”，就业收入逐步改善。中央经济工作会议释放了诸多积极信号，包括政策重心聚焦稳增长和促发展、扩大内需成为稳增长的重点、将提振消费摆在优先位置等。会议强调“增强消费能力，改善消费条件，创新消费场景。多渠道增加城乡居民收入，支持住房改善、新能源汽车、养老服务等消费”。

不过，促消费政策的力度和效果仍待观察。疫情暴发以来，宏观政策对消费的支持较为有限。尽管近期中央经济工作会议要求把恢复和扩大消费摆在扩大国内需求的优先位置、积极的财政政策要加力提效，但 2023 年大规模消费刺激政策（比如中央财政通过转移支付、发行特别国债等方式，支持地方政府加大消费券发放）是否在政策考虑范畴内，还有待观察。

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_50923

