



沈建光：如何应对中国经济的五大变化？



意见领袖 | 沈建光

近期国家统计局公布了 2022 年全年经济数据。2022 年，在国内疫情持续反复、国际环境复杂多变的背景下，中国经济顶住压力实现了 3% 的增长速度，高于美国、日本、德国等全球主要经济体，经济总量突破 120 万亿元。在取得上述成绩的同时，也应当注意到，中国经济面临的“三重压力”仍未实质性缓解，特别是当前经济运行出现了五大变化，未来政策需要进一步加力应对挑战。



变化之一：人口负增长时代到来。2022 年末全国人口 141175 万人，较 2021 年末减少 85 万人，这也是 1962 年之后人口首次出现负增长。究其原因，一方面，新冠疫情后出生率大幅回落。2022 年出生人口 956 万，再创 1949 年以来新低。另一方面，死亡率出现明显上升。2022 年死亡人

口 1041 万，是 1961 年以来新高。考虑到人口周期短期难以逆转，未来人口负增长将通过消费需求、用工成本等渠道对经济发展带来深远影响。

变化之二：出口从高增速转为负增长。新冠疫情之后美欧刺激需求政策取向和国内“保市场主体”政策取向形成互补，中国出口高速增长，成为经济增长的重要支撑。2021 年、2022 年中国出口同比分别增长 29.6%、7.0%，净出口对当年国内生产总值（GDP）增速的贡献率分别达到 21.9% 和 17.1%。然而，当前美欧经济正在从滞胀滑向衰退，伴随海外需求放缓，2022 年四季度中国出口增速快速下滑，12 月出口增速已经降至 -9.9%，四季度净出口对 GDP 的贡献率时隔三年再度转负。2023 年 1 月采购经理指数（PMI）新出口订单以及高频数据显示，海外需求放缓下出口延续弱势。

变化之三：社会消费品零售总额增长由正转负。2021 年消费呈现修复态势，社会消费品零售总额同比增长 12.5%，两年复合增速也回升至 4.0%；2022 年受新冠疫情反复扩散影响同比下降 0.2%，为 1969 年以来第二次负增长（上一次是新冠疫情爆发的 2020 年）。分品类看，地产类消费（家电、家具、建材）和可选类消费（服装、化妆品、通讯器材）跌幅较大，表征接触性消费的餐饮收入降幅也高达 6.3%。这背后除了疫情冲击外，就业承压下收入放缓、消费信心低迷亦是重要原因。进入 2023 年 1 月，尽管服务消费加快修复，但房地产销售持续低迷、汽车消费明显转弱，消费回暖仍面临较大挑战。

变化之四：房地产销售和投资大幅下降。由于长期、周期和政策因素

共振冲击，2022 年商品房销售面积跌至 13.6 亿平方米、房地产开发投资降至 13.3 万亿元，同比降幅分别为 24.3%和 10.0%，这也是 1992 年以来地产销售和开发首次同时负增长。需求端方面，居民在失业高企和收入下滑下“不愿买”、房地产企业暴雷下“不敢买”；供给端方面，房企从缓解流动性危机到修复资产负债表、再到加大投资也需要较长时间。房地产大数据应用服务商克而瑞的数据显示，2023 年 1 月重点 30 城成交面积同比下降 34%，结合上述结构性问题，2023 年房地产市场恢复进程可能不会太快。

变化之五：工业生产者出厂价格指数 (PPI) 转负凸显通缩风险。2022 年前三季度，猪肉价格上涨带动食品价格回升，而内需乏力、油价回落等因素导致非食品价格冲高回落。10 月以来，随着猪肉价格回调、需求延续弱势，居民消费价格指数 (CPI) 明显回落，2022 年全年同比温和增长 2.0%。相比之下，2022 年 PPI 增速持续下行，从 1 月的 9.1%大幅放缓至 12 月的 -0.7%，其中生产资料同比由 1 月的 11.8%降至 12 月的 -1.4%，这背后是供应链中断缓解、经济衰退担忧加剧下大宗商品价格回落。预计 2023 年 CPI 将保持 2%左右的温和增长，PPI 增速大概率为负，中国经济面临一

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_52906

