



年内消费有望温和上涨 ——2022年下半年消费展望

作者：黎轲 朱嘉林

电话：010-58352867

邮箱：like@xinhua.org

编辑：杜少军

审核：张 骐

官方网站：www.cnfic.com

客服热线：400-6123115



上半年我国消费缓慢恢复，消费对GDP增长的贡献约2/3左右，仍处于较低水平，消费低增对全年经济实现增长5.5%左右预期目标造成较大压力。稳经济大盘有待各级政府发力提振消费，努力清除制约消费的各种障碍。

往后看，下半年经济企稳回升、促消费政策陆续落地起效、疫情管控更为灵活、居民消费意愿回升、就业形势好转等积极因素，均将在未来一段时间内支持消费修复。

目录

一、消费低增制约经济复苏提速.....	3
二、下半年消费有望温和上涨.....	4

图表目录

图表 1：消费恢复处于较低水平.....	3
图表 2：汽车与服装对消费拉动效用逐月增大.....	5

年内消费有望温和上涨 ——2022年下半年消费展望

上半年，我国消费缓慢恢复，消费对GDP增长的贡献约2/3左右，仍处于较低水平，消费低增将对实现全年经济增长5.5%左右预期目标造成较大压力。稳经济大盘有待各级政府发力提振消费，努力清除制约消费的各种障碍。

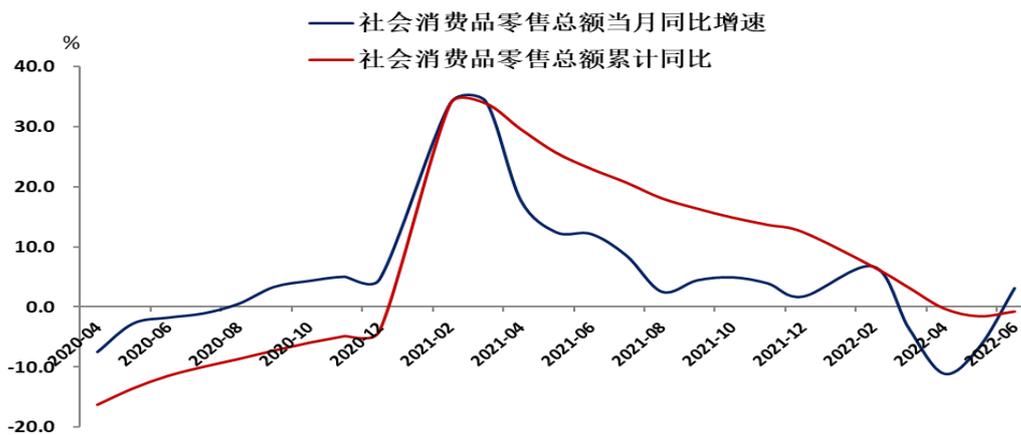
往后看，下半年经济企稳回升、促消费政策陆续落地起效、疫情管控更为灵活、居民消费意愿回升、就业形势好转等积极因素，均将在未来一段时间内支持消费修复。

一、消费低增制约经济复苏提速

近年来，我国逐步成为消费大国，消费连续多年成为拉动经济增长的第一动力，在“三驾马车”中贡献过半。2021年，最终消费支出对我国GDP增长的贡献率达到65.4%。

进入2022年，消费继续担当经济增长的第一拉动力。但受国内外各种冲击影响，我国消费恢复基础尚不稳固，持续恢复面临制约，稳增长基础亟需加固。上半年社会消费品零售总额210432亿元，同比下降0.7%，处于较低水平。

图表 1：消费恢复处于较低水平



来源：新华财经

与消费低增形成鲜明对比的是，上半年我国新增居民存款规模10.33万亿元，创下历史同期新高，较去年同期增加2.9万亿，同比增速高达38.7%。两组数据的背离，反映出当前国内居民主动消费意愿总体偏低。

值得注意的是，“低欲望”消费模式长期化趋势或对我国经济和社会发展形成较大风险和挑战。有乐观分析认为，我国消费市场规模大、潜力足、韧性强，长期平稳向好的内在基础没有改变，未来被疫情抑制的消费会出现报复式反弹。而财新网对2万余份消费者样本调查显示，仅有11%的消费者有意愿在疫情后报复式消费，高达46%的消费者表示疫情后不但不会报复式消费，反而要报复式存钱。

究其原因，一方面，疫情冲击下部分消费者收入降低，更多居民收入预期下降，预防性储蓄需求上升，消费意愿下降；另一方面，行为心理学中有“21天效应”理论，即持续21天的行为会形成新的习惯。受疫情影响，部分消费者对购物、服务等依赖的减少可能渐成一种习惯。

央行货币政策委员会委员、清华大学金融系主任李稻葵称，研究表明居民收入减少导致的消费下降，会形成长达七八年的惯性，这将显著削弱居民消费意愿，影响消费行为。

短期来看，消费低迷导致中小微企业经营压力增大。当前部分中小微企业面临的压力不是能否获得融资，而是消费低迷下难以创造收入。只有激活消费，才能为中小微企业创造可持续的现金流。

两年多来，疫情冲击让国内中小微企业处境十分艰难，给其发展带来了诸多不利影响。其中，餐饮、旅游、交运、酒店、娱乐、建筑装修、美容、家政等服务行业受到的冲击尤为严重，服务需求锐减。

近期，国务院常务会议持续释放“就业优先”信号，将稳岗稳就业放在突出位置。而中小微企业对于吸纳就业具有重要意义，据《2020中国数字券消费账单》统计，服务行业中的中小微企业吸纳了中国就业总人数的47%。由此可见，当前稳就业压力巨大，亟需激发消费潜力，纾解民营企业尤其是服务业企业经营压力刻不容缓。

无论从长远还是短期来看，均需要尽快激活庞大的国内消费市场，有效扩大内需，促进消费回补，培育新消费业态，形成以国内市场为主要驱动力的经济增长格局。稳经济大盘有待各级政府发力提振消费，扩大就业，努力清除制约消费的各种障碍。

需要看到的是，我国有14亿多人口的超大规模市场，中等收入群体人口超4亿，人均GDP已突破1万美元，消费增长空间巨大。当前，消费市场虽面临若干挑战和风险，但经济基本面开始回暖复苏，通过综合施策释放消费潜力，在“稳”“保”“新”上下功夫，可促进我国消费持续恢复。

二、下半年消费有望温和上涨

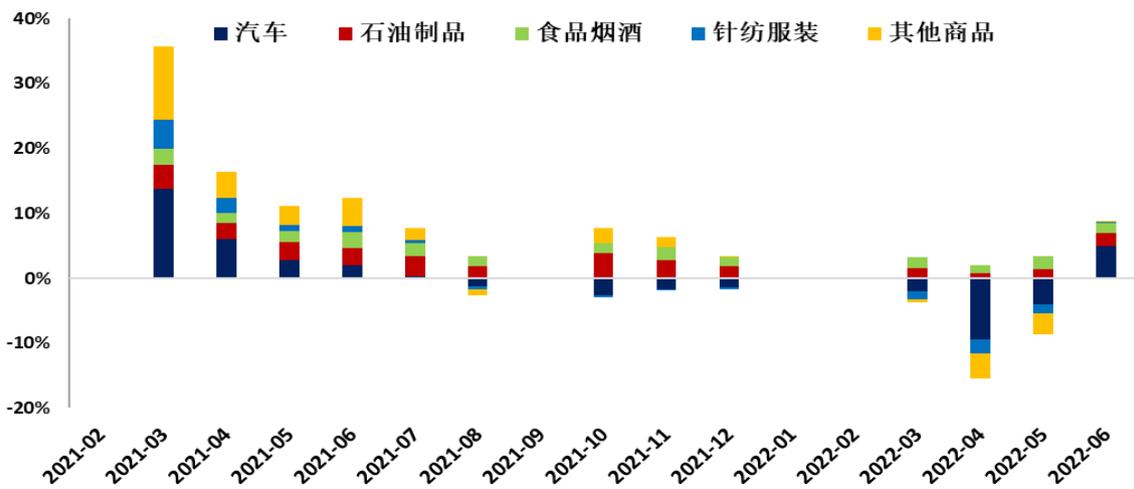
统计局数据显示，6月份，社会消费品零售总额38742亿元，同比增长3.1%，较5月的-6.7%大幅改善。消费出现较好复苏，主因是居民前期被抑制的服务消费需求逐步释放，叠加政府近期一系列针对乘用车的稳消费政策以及促家电消费的政策。从具体数据上来看，7月财新服务业PMI为55.5%，较6月提升1个百分点；6月乘用车厂家零售和批发销量分别同比上升53.11%、84.12%，较5月同比-14.69%和1.66%有较大增幅。

从上半年情况来看，市场销售主要呈现以下特点：一是基本生活消费较快增长。上半年粮油食品类、饮料类零售额同比分别增长9.9%和8.2%，居民基本生活消费得到保障。二是网上零售稳定增长。上半年，实物商品网上零售额同比增长5.6%，占社会消费品零售总额比重达到25.9%。三是服务消费下降。上半年餐饮收入同比下降7.7%，居民旅游出行等服务消费也有所减少。

在汽车销售方面，乘联会数据显示，1-6月累计零售926.1万辆，同比下降7.2%，同比减少71.5万辆，其中3-5月同比下降103.1万辆。进入6月后，汽车市场环境大为改善。6月乘用车市场零售194.3万辆，同比增长22.6%，环比增长43.5%，6月零售环比增速处于近6年同期历史最高值。4-6月份，汽车对消费的拉动效用分别是-9.5、-4.4、4.9个百分点，逐月回升，是近期消费修复的主要动力。类似的还有服装消费，同期拉动效用分别为-2、-1.4、0.2个百分点。

展望年内消费，下半年经济企稳回升、促消费政策陆续落地起效、疫情管控更为灵活、居民消费意愿有所抬升、就业形势好转等积极因素，均将在未来一段时间内支持消费修复。预计年内消费将主要呈现温和上行走势，2022年消费增速为2.5%左右。

图表 2：汽车与服装对消费拉动效用逐月增大



来源：新华财经

重要声明

新华财经研报由新华社中国经济信息社发布。报告依据国际和行业通行准则由新华社经济分析师采集撰写或编发，仅反映作者的观点、见解及分析方法，尽可能保证信息的可靠、准确和完整，不对外公开发布，仅供接收客户参考。未经书面许可，任何机构或个人不得以任何形式翻版、复制、刊登、转载和引用。