

推动消费恢复是稳增长的关键力量

夏杰长 肖宇

稳增长必须全力推动消费恢复

为了稳定经济大盘，统筹兼顾疫情防控和经济社会发展需要，国务院印发《扎实稳住经济的一揽子政策措施》（以下简称《一揽子政策措施》），包括6个方面33项措施，除了加大积极财政力度，推动实际贷款利率稳中有降，稳定和扩大投资，保障粮食安全，确保产业链供应链稳定和完善的民生兜底保障措施之外，《一揽子政策措施》还专门强调了消费的作用，特别强调要促进平台经济规范健康发展，稳定增加汽车、家电等大宗消费。这主要是因为，从国民经济核算的基本公式来看： $Y=C+I+G+(X-M)$ ，其中， Y 为国内生产总值（GDP）， C 代表消费， I 为投资， G 为政府购买， $(X-M)$ 为净出口。在外部需求疲软的情况下，消费、投资和政府购买应该发挥更大的作用。我国加快构建以国内大循环为主体，国内国际双循环相互促进的新发展格局，正是这一逻辑的典型体现。

从经济发展的基本逻辑和我国所处的发展阶段、财政政策约束条件、居民储蓄率等多维度来观察，消费在当前稳增长中的作用尤其需要高度重视。

主要原因在于，此次疫情中消费端受到了较大的影响，疫情防控引起的人流、物流限制，使得大量的服务

业企业受到波及。从社会消费品零售总额的增速可以看到，以往出台的扩大消费政策虽然取得了一些积极的效果，但受疫情反复的影响，社会消费增长远远没有恢复到正常水平。国家统计局数据显示，2022年1~4月，社会消费品零售总额为138142亿元，同比下降0.2%。其中，除汽车以外的消费品零售额为124807亿元，增长仅0.8%。值得关注的是4月份单月的社会消费品零售总额同比下降11.1%。其中，除汽车以外的消费品零售额同比下降8.4%。从具体类型来看，若按经营单位所在地划分，4月份城镇消费品零售额同比下降11.3%，乡村下降9.8%；按消费类型分，4月商品零售额同比下降9.7%，餐饮收入下降22.7%。此外，按零售业态划分，1~4月百货店、专卖店下降幅度分别为8.2%和5.9%。

在社会消费品零售总额数据中，特别值得关注的是网上零售额的情况。在数据出台之前，不少观察人士都认为，以各大互联网平台为代表的数字经济新业态在疫情中表现抢眼，吸纳了众多疫情前的线下消费。所以持有这些观点的经济分析人士认为，整个社会的消费并没有萎缩，只是实现了从线下到线上的转移。但最新的统计结果却并不乐观，1~4月，全国网上零售额同比增长3.3%。其中，实物商品网上销售额在社会消费品零售

总额中的占比为23.8%，并且在实物商品网上零售额中，吃、用类商品增长12.9%和6.3%，穿类下降1.7%。

据此，我们可以得出两个判断，其一，互联网平台的销售在社会零售总额的占比并没有想象的那么高，认为疫情期间居民消费只是从线下转移到了线上，整体消费并没有萎缩的结论站不住脚。其二，居民的预期在悄然发生变化，因为经济学所讲的消费，不仅指消费意愿，还包括了消费能力。在疫情反复之下，居民的储蓄意愿有所增强，以应对未来收入的不确定性。所以消费支出仅限于维持基本生活需要的类别，如吃、用、穿着支出都有所下降。国家统计局的细分数据也支持了这一经济直觉。

当前，经济学界在消费理论上虽然存在着不同观点，但无论是绝对收入消费理论，还是相对收入消费理论，抑或是生命周期消费理论，消费的萎缩出自居民收入及预期变化都是基本共识。所以，在当前稳增长目标约束下，从消费端发力有很大作为空间和政策潜力。具体来说，首先，我国的消费潜能尚未充分释放。2021年中国人均GDP突破80000元人民币，初步达到中上收入国家的水平。整体消费潜力较大，但是国内消费群体还需进一步培育和发展，整体消费水平还有较大的成长空间。其次，高质量产品供给不足。受疫情影响，线下消费

渠道受阻程度加剧，线上消费需求得以凸显，在线教育、平台电商、健康消费等消费需求不断增大，但市场高质量产品供给难以有效满足需求的快速增长和消费的不断升级。最后，配套基础设施不完善和监管体系相对滞后，难以契合新消费需求和数字经济发展。乡村网络通信等基础设施不完善、数据鸿沟的存在，阻碍了消费需求的深入挖掘和全面释放。

推动消费恢复必须兼顾 短期政策刺激和长效机制建设

扩大有效消费，推动消费恢复，必须兼顾建设的有机结合和统筹兼顾。短期政策的主要目的在于及时有效地解决当前发展中突出问题，挖掘和培育新消费，释放消费潜力。针对当前经济发展和消费释放的困点和难点，及时出台相关针对性政策纾困，依靠政策“组合拳”和服务“组合拳”灵活动态地解决问题。数字经济大发展背景下，传统消费不断升级优化，延伸至生活各个领域，凸显了个性化、在线化等特征。政府需要引导数字文旅、在线教育等新消费的培育和健康发展，出台利好政策释放新消费潜力。长期来看，需要基于宏观层面，对持续有效扩大消费需求和规模进行顶层设计和战略规划。从需求侧看，居民收入增长的长效机制有待建立和完善，以发展和扩大消费群体规模；需重视消费需求，以消费者为中心，引导和促进消费需求升级和优化。从供给侧看，最主要的任务是解决高质量产品供给不足问题。发展数字技术赋能传统产品，提升产业链附加值，提高消费产品的核心竞争力。

通过消费端发力以支持经济稳增长，

可能是当前稳增长政策“组合拳”中的关键一环。但也必须认识到，政策刺激和引导预期作用主要是短期有效，关键还是要构建长效机制。具体来说，可以从以下三个大方向予以推进：

一是应对疫情冲击发放消费券和现金补贴。当经济运行受到疫情等突发事件重大冲击时，居民收入降低，就业机会减少，消费需求骤降，经济下行或波动压力明显加大。而消费券作为应对短期经济下滑的工具，有明确的使用期限、受益人群和特定的消费领域，短期内促进消费效果非常显著。在当前背景下，向居民提供消费券和现金补贴等举措刺激消费回暖、拉动经济增长、纾困受影响的企业，很有必要。为应对新冠肺炎疫情的影响，美国、英国、加拿大、日本、韩国、新加坡等国家选择发放现金补贴的形式，以减少突发事件的负面冲击，部分抵减由此带来的收入下降。为此，我国更多地选择发放消费券。比如，广东、山西、吉林等多地近期相继发放“亿级”消费券，涉及餐饮、旅游、文创、商超消费等十多个领域，取得了不错效果。无论采取何种形式，都能在一定程度上提高居民的支付能力、刺激其消费需求。为更好地实现消费券和现金补贴刺激消费恢复的作用，具体发放时间、金额、形式、人群和涉及领域都需要仔细研究和设计。综合考虑经济发展状况和消费市场运行情况，当前消费券的发放要侧重于影响较大的餐饮、旅游、交通等重点领域，以及学生、低收入群体，以满足这些群体的基本生活和促进受疫情反复影响较大的行业消费市场恢复。

二是金融要及时发力，支持消费

金融规范有序发展，壮大消费动力。在当前我国以间接融资为主导的融资体系下，银行对稳增长的作用不言而喻，其不仅是国民经济的重要组成部分，更是连接居民储蓄和消费的主要渠道。在鼓励消费的问题上，商业银行可以发挥很大的作用。一方面，受疫情影响，居民收入端的约束普遍趋紧，居民即使有消费意愿但可能没有消费能力。另一方面，商业银行作为商业机构，有做大资产负债的内生动力。当经济形势整体下行而货币政策又相对宽松时，银行资产端的头寸管理会面临更大压力。而消费信贷，不仅可以缓解商业银行的这一压力，为其做大资产提供一个良好的出口，而且，通过消费信贷，还可以畅通货币政策的传输渠道，通过商业银行的信贷审批和贷后管理，真正把资金投放到消费领域，支持实体经济的恢复。但是，由于消费信贷的额度普遍不高，和动辄上亿元的公司授信相比，同样的资源投入与产出比相对较低，这使得商业银行推动消费信贷的意愿普遍不强。此外，当前的消费信贷，大多以现金分期、信用贷款、信用卡取现和实体消费卡为主，费率普遍高于同期LPR和企业贷款，这导致了金融支持消费增长的力度有限。为了发挥好货币政策对疫后经济恢复的作用，央行和监管部门出台了大量的措施鼓励银行做大资产规模，但一些中小企业贷款往往绕开监管，转而进入到了房地产市场或者其他环节，对实体经济消费的支撑作用并不明显。而监管部门出台的对受疫情影响的特殊群体个人住房与消费贷款实施延期还本付息等政策，由于没有明确的条件指引，导致政策效果大打折扣，这都需要监管部门优化政策设计。对于居民消费

我国保证保险产品的创新发展之路

■ 张晓芳

20 22年5月24日，四川省农民工工资保证金保函保险服务平台上线仪式在成都举行。该平台创新性引入工程保证保险，在维护农民工劳动报酬权益的同时，可释放企业沉淀资金，减轻企业负担，进一步优化营商环境。

保证保险作为财产保险中的新兴险种，正以愈加丰满的形象出现在人们的视野，为更多客户提供着增信服务和风险保障。

保证保险业务的发展历程

保证保险相比一般财产保险和人身保险来说历史并不长。大约在18世纪末19世纪初，欧美最先出现了忠诚保证保险，20世纪80年代初期，我国才逐渐尝试开展相关业务。由于起步较晚，1995年10月1日起施行的《中华人民共和国保险法》（以下简称《保险法》）中还未法看到保证保险的身影。

经过30多年的发展，当前我国已有多家保险公司开始经营保证保险，主要经营两类保证保险产品，确实保证保险（如合同履行保证保险、产品质量保证保险、诉讼保证保险等）和诚实保证保险（如雇员忠诚保险）。随着社会主义市场经济的深入发展，信用的经济价值日益显现。近年



来国家提出加快社会信用体系建设的相关政策导向，国内以个人、企业信用体系为基础的信用经济正在蓬勃发展。在社会信用体系的建设进程中，具有信用风险管理功能的保证保险起到了推进信用体系建设，推动信用经济发展的良好效果；以履约信用风险为标的的特征使其在优化信用环境、维护正常秩序、促进实体经济高质量发展等方面充分发挥了经济助推器的价值，也使其获得了快速发展。

然而保证保险快速发展的同时，常常难逃同质化产品激烈竞争的怪圈，发生了多次因保险公司盲目开展同质化

信贷，要扎实推进利率下行，在产品宣传栏中，要求商业银行必须给出准确真实的年化利率。对于消费者阶段性延期还本付息政策支持，要明确办理条件，鼓励商业银行出台具体细则，明晰受众群体和办理渠道，主动作为并公开监管监督举报渠道。

三是逐步构建消费型经济新体制，建设消费增长的长效机制。短期

政策要扩大重点领域消费，阶段性放松如汽车等城市居民大宗消费限购政策的限制，以及推动新一轮家电下乡。中期政策要关注居民就业，全面落实政府的各项减税降费政策，让市场主体都能享受到政策的红利，因为保就业就是保收入，而稳定和有保障的收入增长是确保消费稳定增长的基础。长期来看，构建消费型经济新体制，

还需要完善社会保障水平，保障新市民的刚性住房需求，完善教育、医疗、养老和社会救助体系，调整收入结构，扩大中等收入群体收入，提高居民消费能力。□

（夏杰长为中国社会科学院财经战略研究院副院长、研究员、博士生导师，肖宇为中国社会科学院亚太与全球战略研究院助理研究员）