



陈彦斌：

消费券只是权宜之计， 改革才能真正提振居民消费

CMF宏观经济热点问题研讨会于2020年6月23日举行。主题为：消费潜力与扩消费对策。中国人民大学国家经济学教材建设重点研究基地执行主任、中国宏观经济论坛(CMF)主要成员陈彦斌出席会议并演讲。

▲陈彦斌，中国人民大学经济学院教授、博士生导师、副院长

随着新冠肺炎疫情防控进入常态化，我国各个行业已经基本恢复了正常生产运营。但相比之下，消费仍然相对复苏疲软乏力，同时，消费出现了结构性分化。一方面，网上消费、新业态消费等增长比较快，实物商品网上零售额占社会消费品零售总额比重上升到24.3%。另一方面，餐饮、住宿以及与旅游相关的服务类消费仍然较为疲软。因此，之前所乐观预期的“报复性消费”暂时还没有出现，消费低迷现象依然存在，促消费任务仍然艰巨。

1 提振居民消费是长期以来的“老大难”问题

过去二十年，国家高度重视提高居民消费水平。但国家的重视并未促成高消费发展态势。反而，长期以来，中国经济呈现出“高增长、低消费”的典型特征。从历史对比来看，改革开放以来中国居民部门消费率整体呈现下滑趋势，从1978年47.8%下降至2010年35.4%的历史最低点。从国际对比来看，2018年中国居民部门消费率仅为39%，而同期世界平均水平达到了58%。

事实上，疫情前几年，居民消费需求不足的问题就已经进一步凸显。其中，城镇居民与农村居民的消费增速差异显著。2019年城镇居民人均消费支出实际增速为4.6%，较同期农村居民人均消费支出实际增速低了近2个百分点，延续了2014年以来城镇居民人均消费支出增速低于农村居民的走势。从社会消费品零售总额来看，剔除价格因素的实际增速从2012年的12.1%下滑至2019年的6%，触及2008年国际金融危机以来的最低点。中国居民消费水平持续低迷，居民部门承受了较大的福利损失。

由于中国居民消费占GDP的比重比较低，因此各界人士更为重视投资和出口对于中国宏观经济的支撑作用，存在忽视居民消费的倾向。然而，在“高储蓄—高投资—高出口”的经济发展模式下，中国经济很容易受到外部冲击的影响。就今年而言，受疫情蔓延与外部环境不确定性增加等因素的影响，近期中国的调查失业率有所上升，较高就业风险下，家庭消费能力有限，难以出现报复性消费。出口疲软加上家庭消费乏力，可能会进一步恶化制造业投资，从而总需求增长乏力，并进一步加大总生产与总需求之间的缺口与产能过剩。在不利外部环境的情况下，提振居民消费是盘活宏观经济和建立“消费—投资—生产”良性循环的关键环节。

有鉴于此，2020年政府工作报告提出实施扩大内需战略的新抓手就是“使提振消费与扩大投资有效结合、相互促进”，离战略要求还有较大的差距。因此，需要高度重视与合理应对居民消费乏力的问题。

2

居民消费有潜力并不见得就会自动得到提振

客观而言，中国居民消费是具有较大潜力的。潜力主要体现在三个方面：一是中国居民部门消费率持续偏低，未来仍有较大的提升空间。二是国内市场高技术含量和高附加值产品的供给还较少，消费者对高品质产品的消费潜力由于供给侧受到抑制而未充分释放。三是中国消费环境整体欠佳，部分消费者的消费潜力未被释放。面对大量的假冒伪劣商品和质量较差的消费环境，部分消费者在购买商品时会仔细权衡消费获益与消费风险，这就抑制了消费潜力的释放。

当然，需要注意的是，以上分析有可能存在潜力悖论问题，导致并不见得消费潜力就一定会释放出来成为现实的增长动力。通常所谈的消费潜力大多都是基于差距，也就是说，之所以有消费潜力，主要是由于现在消费相对低下。但这种看法是存在逻辑悖论的。消费差距与消费低迷是结果、是现象，并非可以获得快速增长的前提与原因。举例来说，按照差距与潜力的说法，全班体育成绩中最后一名的同学潜力是最大的，而全班体育成绩第一名的同学是最没有潜力的。可见，以差距来判断潜力可能存在误判。

3

用改革的办法才能真正提振消费，消费券和地摊经济等只是权宜之计

为了有效应对新冠肺炎疫情对经济的短期冲击，自2020年3月份以来，多地陆续开始发放消费券。据初步统计，已有28个省份、170多个地市统筹地方政府和社会资金，累计发放消费券达200亿元左右。而且，各地还陆续出台多项政策鼓励和支持发展“地摊经济”。在发放消费券、发展“地摊经济”和其他经济政策的协同发力下，居民消费确实有了一定的起色。然而，无论是发放消费券还是发展“地摊经济”，都只是疫情冲击之下的权宜之计，不能从根本上解决当前居民消费持续低迷的问题。货币政策等传统宏观政策对此也作用很有限，只有依靠改革的办法才能真正有效提振居民消费。具体而言，有以下几个重要抓手：

一是，转变经济发展模式，增强消费对经济发展的基础性作用。长期以来，中国依靠“高储蓄—高投资—高出口”的发展模式实现了经济的高速增长。然而，这样的发展模式必然导致资本积累超过黄金律水平和消费受到抑制。有鉴于此，需要坚定改变经济发展模式的决心，增强消费对经济发展的基础性作用，从而进一步挖掘居民消费潜力。

二是，从初次分配和再次分配两方面入手，缩小居民收入差距，壮大中等收入群体。新世纪以来，中国基尼系数不断上升并长期处于0.4的国际警戒线之上。如果将“隐性收入”考虑在内，中国收入差距可能会更大。值得注意的是，当前收入差距扩大的原因由高收入群体收入增长过快转为中等收入群体收入增速下滑过快。作为消费的主力军，中等收入群体收入增速下滑成为制约全社会消费的主要因素。

三是，加快建立房地产市场平稳健康发展的长效机制，减轻居民部门住房债务负担，降低居民债务对消费的抑制作用。目前，中国居民部门债务负担已经较重。截至2018年年末，中国居民部门债务总额为47.3万亿

元。其中，个人住房贷款余额为25.8万亿元，约占债务总额的55%。房贷规模的扩张显著抑制了居民消费。因此，未来应加快构建房地产市场平稳健康发展的长效机制，减轻居民部门债务负担，从而释放居民消费潜力。

四是，健全社会保障体系，根本性地减轻居民在教育、医疗、养老、住房等方面的后顾之忧，降低居民预防性储蓄。一直以来，教育、医疗、养老、住房等服务性消费供给数量不足，导致“上学难、看病难、养老难”等问题持续存在，明显增加了居民预防性储蓄。解决好教育、医疗、养老、住房等方面的后顾之忧，才能解决我国社会面临的主要矛盾，从而使人民的生活更加美好。因此，要进一步完善社会保障体系，加快推进教育、医疗、养老等多方面体制机制改革，促使居民降低预防性储蓄，为消费腾出更多的空间。

五是，构建“世界工厂+世界市场”新模式。改革开放以来，中国充分发挥比较优势并积极参与对外贸易，迅速发展成为“世界工厂”，随之产生的是中国居民消费水平偏低、内需持续不足的局面。要加快培育国内市场，加速技术进步和转型升级，提高中国产品的质量和技术含量，打造中国作为“世界市场”的新角色。通过“世界工厂+世界市场”的新模式营造更好的消费环境，促进居民消费的提升。

概括而言，不要以为居民消费占GDP比重小，就以为居民消费是小事。要靠改革才能真正提振居民消费和开发出居民消费的巨大潜力。需要强调的是，十三五期间我国重点解决了贫困群体的收入与消费问题，即将到来的十四五期间我国需要战略性地着力扩大中等收入群体的收入与消费。这既是落实高质量发展和践行以人民为中心的发展思想的需要，也是跨越中等收入陷阱、避免陷入低消费低增长恶性循环的现实要求。

(新浪网)