

选题（20%）	说理（60%）	文笔（20%）	总分

作者：杨佳炜

学号：1800013530

学校院系：北京大学环境科学与工程学院

提交日期：2020 年 12 月 19 日

从供需关系分析春节商品的价格波动

一、春节期间消费和生产行为的分析

春节是中华民族的传统节日，企业与国家机关在假期大多内歇工歇业，居民们对某些产品的消费偏好也发生改变。从总体上来看，因为全国的生产和消费行为在短期内发生扭曲，偏离了中国经济在长期的均衡，所以市场中的商品价格产生短期波动。本文试分析春节期间商品价格波动的内在原因，并进一步分析此种价格波动对经济带来的影响。

先简单划分为三个主体，对春节期间的生产和消费行为特点进行分析，作为分析供需关系的基础。

（1）居民：由于春节的习俗，居民在节内的主要行为是消费，而很少进行投资、生产等活动（如一般企业放假、股市休市等等）。有共性的消费行为是以下几项：置办年货，对某些产品产生特殊的消费偏好，效用判断也发生了变化；为满足回家团聚的需求，对交通运输的需求在短期内暴涨，并分为节前节后两个高峰；其他共性消费行为对相关行业产生影响，如餐饮业、娱乐业、旅游业等的营收上升。总体来看，居民在春节的消费需求相较于平时扩大；对商品的保留价格也有一定程度的提升。对应消费，居民在节前一般会收到年终奖金（2019 年全国白领年终奖的平均值为 9547 元¹），为节内扩大消费提供了物质基础。

（2）企业：节假日期间资本要素需求收缩，价格下降，但劳动要素的价格上升使得企业总体的成本提高，一般企业选择停工停产，意味着假期内市场的产品供应量减少。特殊行业可能不停产（如生产资料有特殊性的种植、养殖行业；要求生产连续性的化工行业等），但也面临企业成本上升的问题。总体来看，企业的成本上升，倾向于减少供给或者提高价格。

（3）政府：政府在节假日内的商品购买基本可以忽略，主要通过自身职能（机构如国家发展改革委）对另外两个主体产生影响，一定程度上维持节日期间的商品价格秩序。事实上，随着互联网等信息技术的普及，消费者获得市场信息的能力增强，市场对政府的监管需求

¹ 2019 年白领年终奖调研报告. 智联招聘. 2020.1

在弱化，政府更多地让市场机制发挥其作用。

二、供需关系影响春节期间的商品价格

由第一节中的分析可知，春节期间市场的可能趋势是商品供应量减少，商品价格升高；商品的需求增加，消费者对商品的保留价格上升。在统计数据上，体现为一季度的国民生产总值较其他时期低（2018G1-2019G4，不变价，单位：亿元：185190.0，205905.5，215098.8，234108.3，197123.0，218585.4，227899.1，248038.7），但是消费量和物价水平较高（CPI2018.12-2019.11，上月=100：100.0，100.5，101.0，99.6，100.1，100.0，99.9，100.4，100.7，100.9，100.9，100.4）²。

在一般情况以外，市场上降价促销的企业也不在少数。

从生产者角度来看，市场上的需求增加，定价较低的厂商更容易抢占这部分市场份额，通过薄利多销的方式，企业可提升自己的利润；同时，低价销售企业销售量大，可以消化一部分存货，减少因存货折旧带来的利益损失以及仓储成本；除此之外，春节期间人员流动性大，人际交往频繁，销量的增加更有利于提高品牌知名度，从而增加其长期的营收。因此，在春节期间，厂商的降价促销活动符合其利润最大化目标，而促销进一步增加了消费者消费。

从消费者角度来看，促销活动降低了价格，也提供了更多的消费选择，两者都增加了消费；平时定价较高的“大件商品”，在降价与消费者保留价格上升两种因素的作用下，销量提升，而这些商品更多属于耐用品，春节期间的消费可能“预支”了日后的需求，进一步扩大了春节与其他时间的消费差距。

综上所述，一般商品在春节期间的价格将会小幅上升，部分商品进行促销，价格偏低，销量扩张。

三、春节期间商品的价格波动对经济的影响

短期内，对于消费者，集中消费可能带来之后的需求不足，促销过后的价格回升也会超过消费者在春节期间形成的对该产品的低价预期，从而抑制消费者购买；对于生产者，面对之后相邻时段内的需求不足，应做好销售预期的估计，调节生产要素的投入。

长期来看，春节的消费热潮引起的价格波动将趋于平缓，直到暑期又一波消费热潮的到来。随着社会主义市场经济制度的不断完善，供需关系能够很好地影响市场价格，而不需要政府过多的干预。

春节对宏观经济的影响还可能在以下方面：消费高涨，使用现金增多，可能造成商业银行的流动性不足，央行使用临时准备金动用安排(CRA)以释放部分流动性；受发放年终奖金和节后回收现金的需要，我国存款显现“春节效应”³，在节前节后的一个月中显示出较高的存款增长率，发生的日期与春节日期高度相关。

2000 字

² 数据来源：国家统计局 <https://data.stats.gov.cn/>

³ 谢丁.城乡居民储蓄存款“春节效应”研究[J].金融理论与实践,2009(02):117-120.

**WORD 批量转 PDF 工具-未注册 注册码购买 QQ: 3049816538(注册后本
文字和以下内容消失)**

**成都购房咨询, 大专本科成都落户咨询, 成都社保代缴咨询 QQ:
3049816538**

2000 字