

选题（20%）	说理（60%）	文笔（20%）	总分

作者：孙鹏淳

学号：1800010748

学校院系：北京大学数学科学学院

提交日期：2020 年 12 月 19 日

疫情背景下中国消费券的经济作用探析

一、引言

新冠肺炎疫情给中国经济带来了巨大挑战，数据显示，2020 年第一季度我国 GDP 同比下降 6.8%，其中消费支出下滑导致的降幅为 4.3%，需求端线下产业受到严重冲击。在此背景下，全国不少城市发放消费券以鼓励民众消费，截至 9 月，全国整体发放总额超过 300 亿元¹，发放形式主要是线上、大部分配以消费限额与有效期限，覆盖行业集中在餐饮、文旅、线下购物等受冲击严重的服务业。从效果来看，各地消费券核销率普遍在六七成，带来的消费杠杆效应显著，关联消费在 3.5-17 倍之间。²毫无疑问，从数据统计中我们足见消费券投放对直接消费增长立竿见影的作用，但其对经济复苏的深远作用几何尚不得而知。本文试通过理论分析，探讨疫情背景下消费券对中国经济的实质作用。

二、消费券产生作用的理论分析

对消费者而言，我们假定其当期效用主要取决于当期消费与资金存量。消费券的到来可以让消费者牺牲更少的资金换取等量消费，消费者边际消费倾向提高，因此可以在原有最优选择的基础上增加消费来得到更高效用。由于消费券规则限制，消费者无法将其兑换现金以提高资金存量，也无法超出其有效期限来提高远期效用，因此有效利用消费券只有当期消费这一条途径。但值得注意的是，根据弗里德曼的持久收入理论，消费券不能改变持久性收入预期，从而只能增加当期暂时性消费开支。同时，由于消费券带来的价格优惠，其关联消费也包含一部分远期消费的提前支出（如一次性购买大量生活必需品），产生对未来消费的挤出效应，这是我们在考量消费券实质作用时有必要注意的。

从宏观层面而言，消费券的投放属于政府扩大公共支出，根据凯恩斯乘数理论，可以带来倍增的经济总增长。尤其在疫情背景下，供给端和需求端都陷入停滞，即便是短暂性

¹ 李华林. 四两拨千斤，消费券撬动内需潜力[N]. 经济日报,2020-09-16(007).

² 林毅夫,沈艳,孙昂.中国政府消费券政策的经济效应[J].经济研究,2020,55(07):4-20.

的消费增长也对企业供给复苏有巨大帮助，企业再生产提供未来收入保障，继续刺激消费，产生可观的扩张效应。

三、消费券在中国的实质经济作用探讨

在我国实践中，消费券对消费的刺激可谓短时有效。各地的消费券设计大都符合额度小、有效期短的特征，这对于其有效使用率大有帮助：消费总额越高，增加消费带来的边际效用越小，小额度减少了消费者在消费与资金存量间的权衡取舍，加上有效期限的催促，提升了刺激消费的时间效率。例如，杭州市就在短短数周内，以 85.6% 的核销率带动了 10.7 倍的关联消费³，有效拉动了服务业需求复苏。

我们还应关注消费券效果的影响因素。从投放人群来看，中老年人可能要比青年人更容易被消费券带动消费：消费券的覆盖领域主要是餐饮百货等日常需求，中老年人的资金存量与未来收入预期相对更为稳定，价格优惠对于这些领域消费增加的刺激更为显著。另外，对于受疫情冲击更大的低收入人群，消费券的作用会有独特特征：额度较小、必需品领域的消费券使用率较高，因为可以小量资金损失换取刚需消费以提升效用，而引致消费的刺激就会大打折扣。从地区差异来看，由于消费券主要扶持对象便是线下服务行业，三产比例高的城市刺激效果更为显著。同时，经济发达城市的消费者出于资金存量稳定，更倾向于靠消费提升效用，因此人均 GDP 高的城市刺激效果更好。

我国消费券实践对供给端的支持主要体现在惠及中小微企业上。截至 5 月 7 日，全国已有数千万线下实体商家受益于消费券，其中九成以上为中小微商家⁴。中小微企业（尤其是服务业商家）在疫情过后迫于成本收益考量，更难复工复产，消费券引致的消费爆点为其提供了短期内的需求潮，对疫情严重期间的利润损失给予及时补贴，为回归常态生产的启动成本提供支持。中小微企业的复苏进而拉升就业、收入，延伸消费券的作用链条。

四、消费券与现金补贴的效果对比分析

与中国国内不同，不少国家面对疫情的负面需求冲击，选择了现金补贴的救助模式。我们也有必要对两种方式的效果对比进行探析。消费券相当于直接对消费进行价格补贴，引导消费者减少资金存量换取消费，来刺激宏观需求，现金补贴则是对收入的补贴，直接增加民众福利，补贴流向消费还是储蓄可以自由选择。换言之，同等额度的消费券与现金，后者对当期消费的刺激作用要大打折扣。在中国面临的疫情现实背景下，民众对未来收入预期不确定性更大，预防性储蓄倾向更高，倘若使用现金补贴，对消费的刺激恐怕微乎其微，而在信用消费观念更强的发达国家则会达成更佳效果。因此，中国背景下以消费券形式拉升需求是明智之举，现金补贴则可以定向对低收入群体发挥作用。

2000 字

³ 北京大学国家发展研究院课题组,林毅夫,沈艳,孙昂.我国消费券发放的现状、效果和展望研究[J].中国经济报告,2020(04):21-33.

⁴ 柳思维.特大疫情冲击非常时期发放消费券促进消费回补的思考[J].消费经济,2020,36(03):13-18.

五、结语

总而言之，疫情大背景下消费券在中国的实践是富有成效的，其在短期内能够给予民众福利补贴，刺激消费、拉升需求，对覆盖行业的复苏有助推作用，也保护了企业和就业。但应当注意的是，我们的分析是基于经济受到冲击下的短期效果，消费券的应用未必是长久之计，难以支撑经济增长的根本。在疫情尚未完全退散的今日，其仍可以作为各地政府结合本地产业特点和经济状况，审时度势刺激经济的“应急药方”。

参考文献

- [1] 北京大学国家发展研究院课题组,林毅夫,沈艳,孙昂.我国消费券发放的现状、效果和展望研究[J].中国经济报告,2020(04):21-33.
- [2] 叶建华.消费券发放的经济效应分析[J].上海经济研究,2009(05):99-102.
- [3] 李博硕.新冠疫情下消费券发放的内在逻辑与潜在风险研究[J].价格理论与实践,2020(04):47-50.
- [4] 李华林. 四两拨千斤，消费券撬动内需潜力[N]. 经济日报,2020-09-16(007).
- [5] 林毅夫,沈艳,孙昂.中国政府消费券政策的经济效应[J].经济研究,2020,55(07):4-20.
- [6] 柳思维.特大疫情冲击非常时期发放消费券促进消费回补的思考[J].消费经济,2020,36(03):13-18.
- [7] 朱国玮,周利.消费券的经济学解释及发放策略研究[J].消费经济,2009,25(04):24-26+30.
- [8] 贾良定,陈秋霖.消费行为模型及其政策含义[J].经济研究,2001(03):86-92.

2000 字

**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