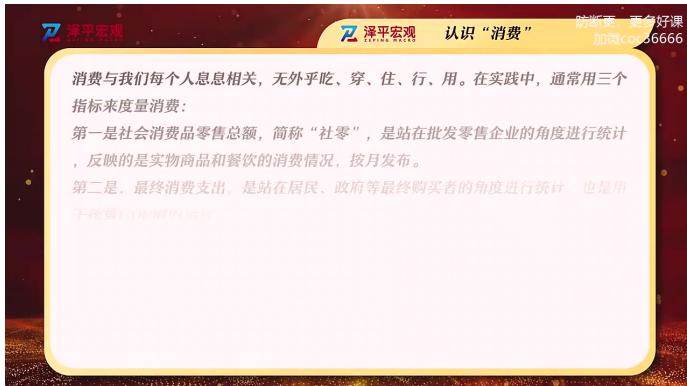


## 一、快速入门读懂经济形势 00:25

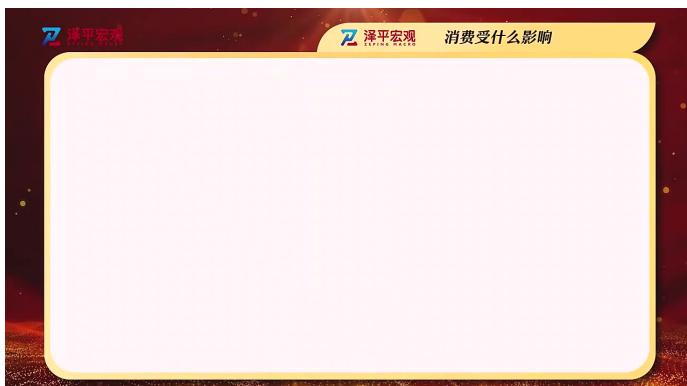
### 1. 消费 00:49

#### 1) 认识消费 01:48



- **消费定义:** 消费与我们每个人息息相关，无外乎吃、穿、住、行、用。
- **度量指标:**
  - **社会消费品零售总额（社零）:** 站在批发零售企业角度统计，反映实物商品和餐饮消费情况，按月发布。
  - **最终消费支出:** 站在居民、政府等最终购买者角度统计，用于核算GDP，包含教育、医疗等服务消费，每年发布一次。
  - **居民人均消费支出:** 站在居民角度，纳入金融消费数据，按季度发布。

#### 2) 消费的影响因素 05:36



- **主要影响因素:**
  - **就业与收入:** 消费是就业和收入的函数，就业改善、收入增长会提高居民消费积极性。
  - **消费意愿:** 居民收入用于消费和储蓄，储蓄意愿过高会压制消费意愿。
- **其他影响因素:**
  - **消费场景:** 疫情期间消费场景缺失，接触型、聚集型消费受阻；疫后消费场景放开，服务消费反弹迅速。
  - **人口老龄化:** 有助于促进医疗消费，但抚养比攀升、年轻人负担过重不利于整体消费。
  - **贫富差距:** 低收入者边际消费倾向高于高收入群体，贫富差距过大会压抑整体消费。
  - **社会保障:** 养老、医疗、教育等社会保障越健全，居民越敢消费。

#### 3) 消费案例分析 07:50



- **拼多多案例：**

- **背景：**2023年全国居民消费价格CPI同比下降0.3%，但全年社会消费品零售总额超47万亿元，比上年增长7.2%。
- **分析：**消费者更追求物美价廉，拼多多吻合了比价消费趋势，2022年二季度以来GMV超过阿里巴巴，股价实现近3倍增长，2023年底市值首次超过阿里巴巴。

4) 总结 09:29



- **消费占比与重要性：**我国消费占GDP比重超50%，对经济增长发挥基础性作用。
- **常用指标：**社会消费品零售总额、最终消费支出、居民人均消费支出，其中“社零”发布频率高，最为常用。
- **消费分类：**汽车、石油制品、地产相关、必选消费与可选消费。
- **影响因素：**就业、收入、消费意愿，以及消费场景、人口老龄化、贫富差距、社会保障等。
- **疫情后消费态势：**整体弱复苏，但大家仍在花钱，更追求性价比，消费领域仍有机会。
- **消费占比趋势：**中国最终消费支出占GDP比重基本在50%以上。

## 二、知识小结

知识点	核心内容	考试重点/易混淆点	难度系数
经济学家介绍	任泽平：经济学家，泽平宏观创始人，曾任国务院发展研究中心宏观部研究室副主任，清华大学经济管理学院博士后，中国人民大学经济学博士	-	★
课程主题	快速入门读懂经济形势	-	★

<b>六大经济指标</b>	消费，投资，出口，PMI，金融，物价	易混淆：可能忽略PMI（采购经理指数）这一指标	★★
<b>消费的重要性</b>	消费是现代经济的压舱石，在欧美贡献70%以上GDP，在中国占50%以上	-	★
<b>消费指标的度量</b>	1. 社会消费品零售总额（设灵）2. 最终消费支出3. 居民人均消费支出	易混淆：三个指标的区别和用途	★★
<b>设灵的特点</b>	覆盖范围有限，但发布频率高，按月发布，是最常使用的消费指标	-	★
<b>消费的分类</b>	汽车，石油制品，地产相关，必选消费，可选消费	考试重点：各类消费的特点和占比	★★★
<b>影响消费的因素</b>	收入、习惯、意愿、能力、场景、人口老龄化、贫富差距、社会保障等	易混淆：各因素的具体影响和作用机制	★★★★
<b>实战案例分析</b>	疫情后消费弱复苏，但主打性价比的赛道增长迅猛，如拼多多	考试重点：如何通过消费预判投资机会	★★★
<b>课程总结</b>	消费占GDP比重超50%，对经济增长有基础性作用；度量消费的常用指标；消费的主要影响因素；疫情后的消费趋势	-	★