

“恢复扩大消费 20 条”政策解读

团队成员

分析师 燕翔
执业证书编号: S0210523050003
邮箱: yx30128@hfzq.com.cn

事件:

7月31日, 国务院办公厅转发国家发展改革委《关于恢复和扩大消费措施》的通知。

投资要点:

➢ 稳增长: 稳定大宗消费

大宗消费也称耐用消费, 波动属性在所有消费品大类中是最强的, 从短周期角度看, 依靠大宗消费提振整体消费可以获得更强的向上弹性。未来, 伴随着房地产政策不断优化以及房地产市场自身逐步调整到位, 房地产销售开发会逐步回到合理水平, 以此为契机, 刺激推动大宗消费品消费会取得更好的效果。

➢ 固优势: 扩大服务消费

全球各国消费结构变迁, 整体上都呈现出服务消费占比不断提升货物消费占比下降的特征。当前中国服务消费占比仅52%左右, 且中国发展阶段已经跨过人均GDP一万美元大关, 正是消费升级服务占比提升的主要阶段, 从发展空间看, 未来我国服务消费增长空间更加充足。

➢ 畅循环: 促进农村消费

农村消费是我国消费市场的重要组成部分。促进农村消费提质升级, 有助于增强消费对经济增长的拉动效应, 并为全面实施乡村振兴战略提供有力支撑。但当下农村居民消费综合满意度仍有较大提升空间, 主要原因就在农村消费环境目前仍面临一些问题: 例如农村快递、物流配送体系建设短板较为突出, 农村市场商品质量有待提升, 农村消费供给有待丰富等。本次《举措》也正是在相应痛点上, 出台了具体的解决措施。

➢ 挖潜力: 拓展新型消费

新型消费对经济增长的积极意义, 除了其本身需求潜力更大外, 还体现在能够通过新消费带动新投资。用好新型消费这个抓手, 核心在于用新供给创造新需求。要把实施扩大内需战略同深化供给侧结构性改革有机结合起来, 以消费升级引领供给创新、以供给提升创造消费新增长点, 循环动力持续增强实现更高水平的供需平衡。

➢ 促保障: 完善消费设施:

消费设施是消费行为的载体, 消费设施的完善是促进消费的根本保障。从国际消费中心城市建设, 到城市更新下的消费场景挖掘, 通过拓展消费场景, 完善消费设施, 达到促进消费的目的。

➢ 通阻塞: 优化消费环境

扩大消费, 离不开安全放心的消费环境。本次通过金融支持消费和提升消费服务质量两方面发力, 从而产生促进消费的合力, 以更好促进消费的长效机制。

➢ 风险提示:

一是配套政策落地不及预期; 二是经济复苏不及预期。

相关报告

《一源三流促消费, 更好发挥基础性作用》

2023.07.27

正文目录

1	稳增长：稳定大宗消费.....	3
2	固优势：扩大服务消费.....	3
3	畅循环：促进农村消费.....	4
4	挖潜力：拓展新型消费.....	4
5	促保障：完善消费设施.....	5
6	通阻塞：优化消费环境.....	5
7	风险提示	5

上周结束的政治局会议指出，当下经济尚处在“国内需求不足”，未来“要积极扩大国内需求，发挥消费拉动经济增长的基础性作用，通过增加居民收入扩大消费”。为深入实施扩大内需战略，充分发挥消费对经济发展的基础性作用，7月31日，国务院办公厅转发国家发展改革委《关于恢复和扩大消费措施》的通知（以下简称《措施》）。

整体看，本次《措施》意义重大，措施具体，共针对大宗消费、服务消费、农村消费、新型消费、消费设施和消费环境六个方面，提出二十条具体的举措。通过将恢复和扩大消费摆在优先位置，优化就业、收入分配和消费全链条良性循环促进机制，增强消费能力，改善消费条件，创新消费场景，充分挖掘超大规模市场优势，畅通经济循环，释放消费潜力，更好满足人民群众对高品质生活的需要。与此同时，《措施》通过三个“结合”，强调了有效政府和有为市场、优化供给和扩大需求、提质升级和创新发展的关系，为消费推动高质量发展搭建了清晰地框架。

1 稳增长：稳定大宗消费

本次《措施》，将稳定大宗消费放在了具体措施项首位。针对汽车消费方面，《措施》提出“优化汽车购买使用管理”和“扩大新能源汽车消费”两条举措，对汽车限购措施放松，并对二手车、汽车金融等方面给予政策支持；同时，也强调对新能源充电基础设施体系、新能源汽车下乡、新能源车购置税减免等相关政策的落实。地产方面，提出“支持刚性和改善性住房需求”，通过制度完善、政策支持等手段扩大保障性租赁住房供给，以及“提升家装家居和电子产品消费”。

点评：大宗消费也称耐用消费，波动属性在所有消费品大类中是最强的，从短周期角度看，依靠大宗消费提振整体消费可以获得更强的向上弹性。上周刚召开的中央政治局会议指出，“因城施策用好政策工具箱，更好满足居民刚性和改善性住房需求”。未来，伴随着房地产政策不断优化以及房地产市场自身逐步调整到位，房地产销售开发会逐步回到合理水平，以此为契机，刺激推动大宗消费品消费会取得更好的效果。在当下阶段，具体政策的扶持及落地，可以获得更好的乘数效果。我国过去有过“汽车下乡”“家电下乡”的实践经验，未来可以继续积极探索和尝试。

2 固优势：扩大服务消费

服务消费方面，本次《措施》分别针对餐饮服务、文旅、文体体育会展、健康

服务四个方面提出了具体的举措。餐饮方面，支持美食节、鼓励预制菜、推广透明厨房；文旅方面，强调全面落实带薪休假制度，以促进假日消费；文体体育方面，对电影作品、文艺演出、体育赛事、体育装备消费等提出了相关支持政策；健康服务方面，坚持中西医并重，推动优质医疗资源下沉。

点评：全球各国消费结构变迁，整体上都呈现出服务消费占比不断提升货物消费占比下降的特征。在进入中等收入阶段后，服务消费占比随人均 GDP 增长而提升，是全球各国发展过程中的普遍经验规律。当前中国服务消费占比仅 52%左右，且中国发展阶段已经跨过人均 GDP 一万美元大关，正是消费升级服务占比提升的主要阶段，从发展空间看，未来我国服务消费增长空间更加充足。

3 畅循环：促进农村消费

农村消费方面，本次《措施》提出开展绿色产品下乡，完善农村电子商务和快递物流、推动特色产品进城等举措，通过完善农村消费体系保障，畅通城乡货物循环，让绿色产品走下乡，让特色产品走进城；同时，《措施》提出，“大力发展乡村旅游”，通过文化产业赋能乡村振兴计划，建设宜居宜业和美乡村。

点评：农村消费是我国消费市场的重要组成部分，2022 年，我国城镇和农村居民人均消费支出分别是 30391 元和 16632 元。在全面推进乡村振兴、建设农业强国的新征程上，农村市场具有巨大的发展潜力。促进农村消费提质升级，有助于增强消费对经济增长的拉动效应，并为全面实施乡村振兴战略提供有力支撑。根据日前中国消费者协会发布《2022 年农村消费环境与相关问题调查报告》，我国农村居民对当前农村消费环境的综合满意度表现良好。但农村居民消费综合满意度仍有较大提升空间，主要原因就在农村消费环境目前仍面临一些问题：例如农村快递、物流配送体系建设短板较为突出，农村市场商品质量有待提升，农村消费供给有待丰富等。本次《举措》也正是在相应痛点上，出台了具体的解决措施。

4 挖潜力：拓展新型消费

关于新型消费，本次《措施》重点强调了数字消费和绿色消费两个抓手。壮大数字消费方面，针对数字消费基础设施建设、数字化转型、数字技术企业搭建、动平台经济规范健康持续发展给予了具体的措施；同时对推广绿色消费也提出了具体政策支持。

点评：随着人均收入和生活水平的提高，居民传统衣食住行消费不断趋向饱和，增长潜力逐渐变小。与传统消费形成鲜明对比的，是新型消费经常出现爆款。新型消费对经济增长的积极意义，除了其本身需求潜力更大外，还体现在能够通过新消费带动新投资。用好新型消费这个抓手，核心在于用新供给创造新需求。要把实施扩大内需战略同深化供给侧结构性改革有机结合起来，以消费升级引领供给创新、以供给提升创造消费新增长点，循环动力持续增强实现更高水平的供需平衡。

5 促保障：完善消费设施

《措施》针对消费设施提出三点：一是加快培育多层级消费中心，深化国际消费中心城市建设，并强调深入推进海南国际旅游消费中心建设。二是着力补齐消费基础设施短板，结合推进城市更新，强化存量片区改造与支持消费新场景发展的硬件功能衔接。三是完善消费基础设施建设支持政策。

点评：消费设施是消费行为的载体，消费设施的完善是促进消费的根本保障。从国际消费中心城市建设，到城市更新下的消费场景挖掘，通过拓展消费场景，完善消费设施，达到促进消费的目的。

6 通阻塞：优化消费环境

本次《措施》对消费环境提出了相关要求：加强金融对消费领域的支持、持续提升消费服务质量水平以及完善促进消费长效机制。对于消费，外部金融支持，内部完善质量，综合促进消费体制机制。

点评：扩大消费，离不开安全放心的消费环境。随着经济的持续回暖，今年以来扩大内需的政策逐渐生效，我国消费环境正在持续优化。本次通过金融支持消费和提升消费服务质量两方面发力，从而产生促进消费的合力，以更好促进消费的长效机制。

7 风险提示

一是配套政策落地不及预期；二是经济复苏不及预期。

分析师声明

本人具有中国证券业协会授予的证券投资咨询执业资格并注册为证券分析师，以勤勉的职业态度，独立、客观地出具本报告。本报告清晰准确地反映了本人的研究观点。本人不曾因，不因，也将不会因本报告中的具体推荐意见或观点而直接或间接收到任何形式的补偿。

一般声明

华福证券有限责任公司（以下简称“本公司”）具有中国证监会许可的证券投资咨询业务资格。本报告仅供本公司的客户使用。本公司不会因接收人收到本报告而视其为客户。在任何情况下，本公司不对任何人因使用本报告中的任何内容所引致的任何损失负任何责任。

本报告的信息均来源于本公司认为可信的公开资料，该等公开资料的准确性及完整性由其发布者负责，本公司及其研究人员对该等信息不作任何保证。本报告中的资料、意见及预测仅反映本公司于发布本报告当日的判断，之后可能会随情况的变化而调整。在不同时期，本公司可发出与本报告所载资料、意见及推测不一致的报告。本公司不保证本报告所含信息及资料保持在最新状态，对本报告所含信息可在不发出通知的情形下做出修改，投资者应当自行关注相应的更新或修改。

在任何情况下，本报告所载的信息或所做出的任何建议、意见及推测并不构成所述证券买卖的出价或询价，也不构成对所述金融产品、产品发行或管理人作出任何形式的保证。在任何情况下，本公司仅承诺以勤勉的职业态度，独立、客观地出具本报告以供投资者参考，但不就本报告中的任何内容对任何投资做出任何形式的承诺或担保。投资者应自行决策，自担投资风险。

本报告版权归“华福证券有限责任公司”所有。本公司对本报告保留一切权利。除非另有书面显示，否则本报告中的所有材料的版权均属本公司。未经本公司事先书面授权，本报告的任何部分均不得以任何方式制作任何形式的拷贝、复印件或复制品，或再次分发给任何其他人，或以任何侵犯本公司版权的其他方式使用。未经授权的转载，本公司不承担任何转载责任。

特别声明

投资者应注意，在法律许可的情况下，本公司及其本公司的关联机构可能会持有本报告中涉及的公司所发行的证券并进行交易，也可能为这些公司正在提供或争取提供投资银行、财务顾问和金融产品等各种金融服务。投资者请勿将本报告视为投资或其他决定的唯一参考依据。

投资评级声明

类别	评级	评级说明
公司评级	买入	未来 6 个月内，个股相对市场基准指数涨幅在 20% 以上
	持有	未来 6 个月内，个股相对市场基准指数涨幅介于 10% 与 20% 之间
	中性	未来 6 个月内，个股相对市场基准指数涨幅介于 -10% 与 10% 之间
	回避	未来 6 个月内，个股相对市场基准指数涨幅介于 -20% 与 -10% 之间
	卖出	未来 6 个月内，个股相对市场基准指数涨幅在 -20% 以下
行业评级	强于大市	未来 6 个月内，行业整体回报高于市场基准指数 5% 以上
	跟随大市	未来 6 个月内，行业整体回报介于市场基准指数 -5% 与 5% 之间
	弱于大市	未来 6 个月内，行业整体回报低于市场基准指数 -5% 以下

备注：评级标准为报告发布日后的 6~12 个月内公司股价（或行业指数）相对同期基准指数的相对市场表现。其中，A 股市场以沪深 300 指数为基准；香港市场以恒生指数为基准；美股市场以标普 500 指数或纳斯达克综合指数为基准（另有说明的除外）。

联系方式

华福证券研究所 上海

公司地址：上海市浦东新区浦明路 1436 号陆家嘴滨江中心 MT 座 20 层

邮编：200120

邮箱：hfyjs@hfzq.com.cn