

## 腾景宏观月报

# 11月全口径消费： 需求短期疲弱，预期长期向好

——基于腾景国民经济运行全口径数据

腾景宏观研究团队

## 相关报告

《腾景宏观月报：10月全口径消费：再遇疫情，居民消费复苏荆棘载途》2022-12-07

《腾景宏观月报：10月全口径供给侧：磨底回缩，增势尚稳》2022-12-02

《腾景宏观月报：10月全口径投资：“三支箭”纾困房地产，投资延续温和复苏》2022-11-30

## 联系我们

010-65185898 | +86  
15210925572

IR@TJRESEARCH.CN

<http://www.tjresearch.cn>

北京市朝阳区朝阳门外大街乙  
6号朝外SOHO-A座29层

## 本期要点：

## 11月份全口径消费数据概览

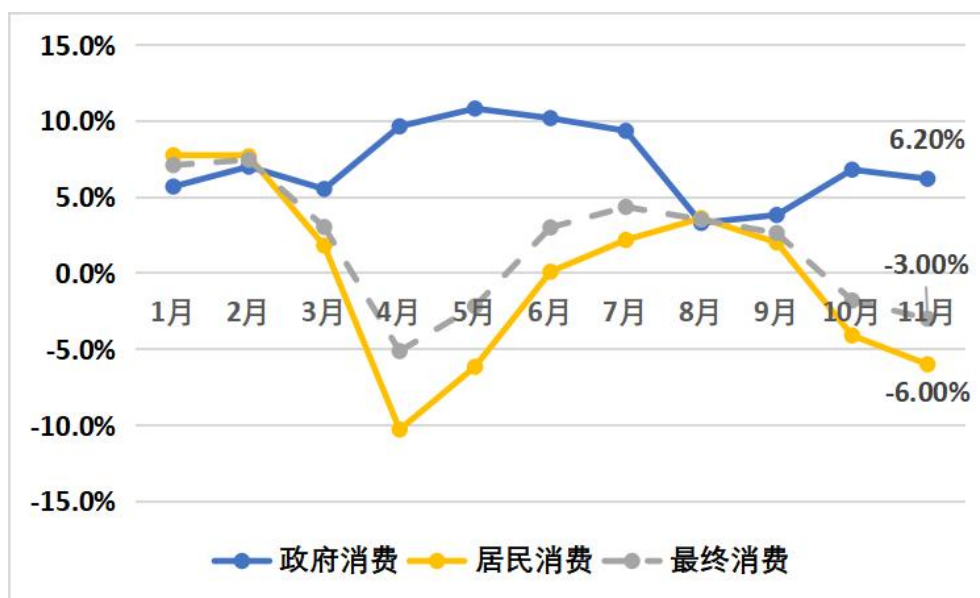
腾景国民经济全口径数据库	现价	较上月	不变价	较上月	官方统计指标	现价	较上月	不变价	较上月
	同比		同比			同比		同比	
全口径最终消费	-1.5%	↓	-3.0%	↓	国家一般公共支出	4.8%	↓		
全口径政府消费	6.7%	↓	6.2%	↓	社会消费品零售总额	-5.9%	↓	-8.02%	↓
全口径居民消费	-4.2%	↓	-6.0%	↓	商品零售	-5.6%	↓		
居民：商品消费	-5.6%	↓	-7.6%	↓	限上：粮油、食品类	3.9%	↓		
居民：服务消费	-2.8%	↓	-4.4%	↓	限上：饮料类	-6.2%	↓		
居民：食品烟酒	-1.1%	↓	-3.9%	↓	限上：烟酒类	-2.0%	↓		
居民：衣着	-16.9%	↓	-17.2%	↓	餐饮收入	-8.4%	↓		
居民：居住	-9.3%	↓	-9.0%	↓	限上：服装鞋帽、针、纺织品类	-15.6%	↓		
居民：生活用品及服务	-13.9%	↓	-15.0%	↓	限上：家具类	-4.0%	↑		
居民：交通和通讯	-12.0%	↓	-14.4%	↓	限上：建筑及装潢材料类	-10.0%	↓		
居民：教育、文化和娱乐	0.1%	↑	-1.0%	↑	限上：日用品类	-9.1%	↓		
居民：医疗保健	6.4%	↑	6.0%	↑	限上：家具类	-4.0%	↑		
居民：其他用品及服务	-7.0%	↓	-8.9%	↓	限上：家用电器和音像器材类	-17.3%	↓		
居民：公共医疗	5.8%	↓	5.5%	↓	限上：汽车类	-4.2%	↓		
居民：银行中介服务消费	10.3%	↓	8.0%	↓	限上：通讯器材类	-17.6%	↓		
居民：保险服务消费	3.7%	↑	1.6%	↑	限上：文化办公用品类	-1.7%	↑		
					限上：书报杂志	0.2%	↓		
					限上：体育、娱乐用品类	-8.2%	↓		
					限上：中西药品类	8.3%	↓		

数据来源：腾景国民经济运行全口径数据库、国家统计局

## 一、11月腾景全口径最终消费情况

- 腾景全口径最新数据显示，2022年11月全口径最终消费现价同比下降1.5%，扣除价格因素，不变价同比下降3.0%（下降1.3个百分点）；其中，居民消费现价同比下降4.2%，不变价同比下降6.0%（下降1.9个百分点）。政府消费现价同比增长6.7%，不变价同比增长6.2%（下降0.6个百分点）。
- 整体来看，在管控形势持续严峻背景之下，居民消费增速继续下探。政府消费对最终消费延续正向拉动作用，但增速较前期有所回落。在两者综合影响下，最终消费同比降幅进一步扩大至-3.0%。

图1. 2022年腾景全口径最终消费及其结构增速（不变价同比）

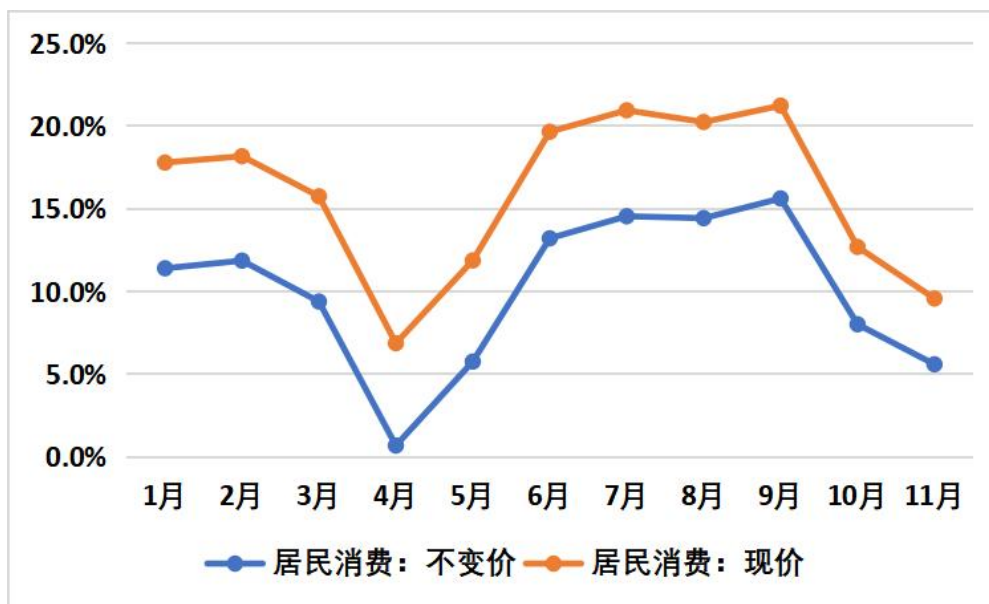


数据来源：腾景国民经济运行全口径数据库

## 二、全口径居民消费：场景管控压力不减，消费需求持续下滑

- 11月份，居民消费现价同比增长-4.2%，不变价同比增长-6.0%，分别较上月下降2.6、1.9个百分点。为减少基数效应对读数的影响，选择疫情前2019年稳定消费能力为基准，发现11月居民消费相对增速延续10月的下跌趋势，但跌幅斜率有所放缓。随着12月新冠肺炎大规模感染，居民出行频率、工作就业将受到较大冲击，消费同比增速或继续下行。

图2. 2022年1-11月居民消费较2019年增速

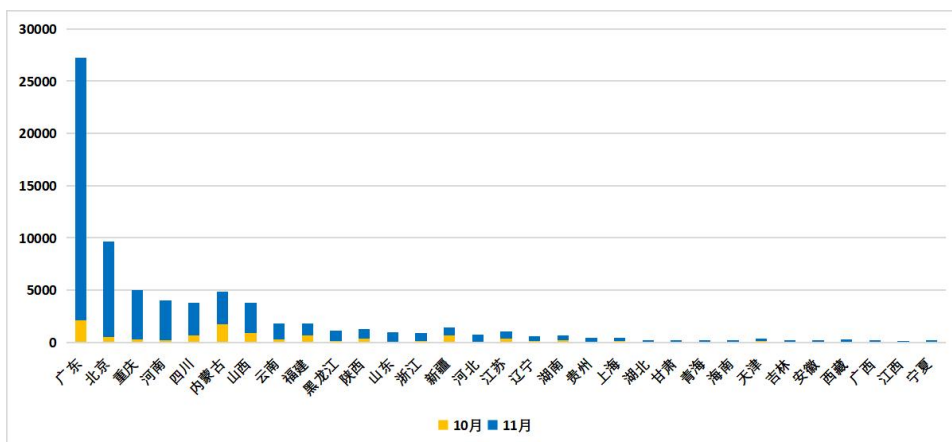


数据来源：腾景国民经济运行全口径数据库

### 1、疫情确诊加速抬头，居民活动有所减弱

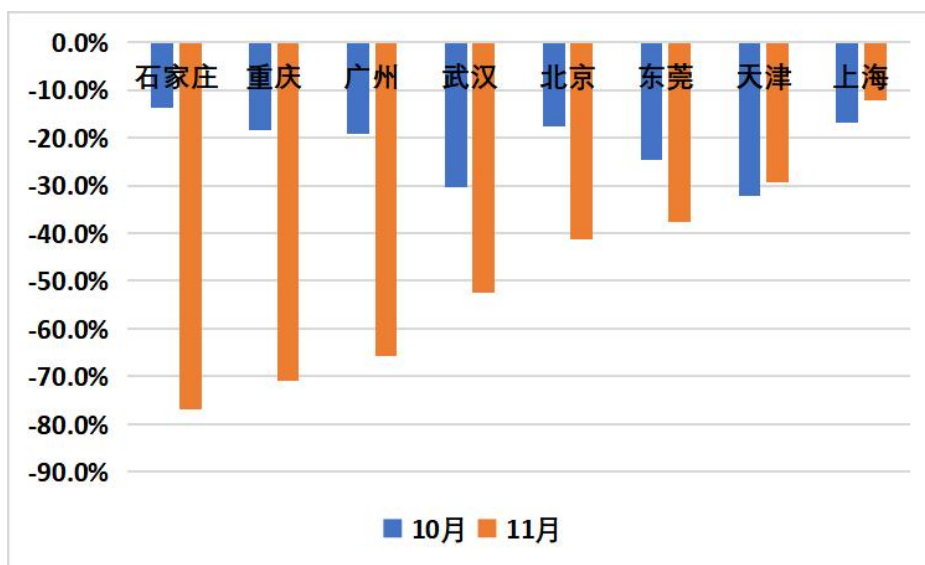
- 11月，全国新冠肺炎确诊病例累计63182例，是10月感染数量的6.4倍，表明奥密克戎传染能力迅速增强，动态清零难度提升。大部分地区确诊人数显著增加，其中广东、北京、重庆、河南等地提升较快，分别为25121、9087、4678、3816例，为上月确诊数量的12.1、17.1、14.7、18.5倍。只有宁夏、江西、广西、西藏、安徽少数地区感染病例在100例以下。
- Our World in Data数据显示，封校停工指数于11月中上旬增强，居家限制指数于11月下旬增强。从居民出行数据看，大多城市地铁客运量呈现下降趋势，疫情较为严重的地区地铁客运热度较低。其中11月份石家庄、重庆、广州、武汉、北京、东莞、天津、上海地铁客运量同比为-77.0%、-71.0%、-65.8%、-52.4%、-41.3%、-37.7%、-29.2%、-12.3%，除了天津和上海，其他地区同比增速均较上月有所回落。

图3. 2022年10月、11月新冠肺炎确诊病例分布



数据来源：腾景国民经济运行全口径数据库、IFIND

图4. 2022年10月、11月主要城市地铁客运量同比变化



数据来源：腾景国民经济运行全口径数据库、IFIND

## 2、就业形势短期扰动，居民预期持续转弱

- 11月份，城镇调查失业率为5.7%，较上月提升0.2个百分点。其中31大城市失业率为6.7%，较上月提升0.7个百分点，表明服务业比重较高的大城市受疫情冲击较大。从年龄结构上看，青年人群失业率小幅回落，中年人就业压力增大。25-59岁人口失业率为5.0%，较上月提升0.3个百分点。16-24岁青年人群失业率为17.1%，较上月回落0.8个百分点。

- 11月份，中小企业信心指数为49.2%，连续两个月下行。表明中小企业营商环境和未来预期较差。根据全国城镇储户问卷调查结果，四季度收入感受指数、收入信心指数、就业感受指数、就业预期指数一致回落，读数为43.8%、44.4%、33.1%、43.0%。其中收入信心指数、就业感受指数、就业预期指数为2015年以来的最低值，当前就业形势、收入增长不够乐观，预期仍持续转弱。倾向于“更多消费”、“更多储蓄”、“更多投资的比例”分别为22.8%、61.8%、15.5%，其中倾向于“更多储蓄”的占比提升3.7个百分点，居民储蓄意愿仍在攀升，资本市场盈利不及预期，导致选择“投资股票”的比例由16.2%降至14.7%。

### 3、商品消费跌幅超过服务消费

- 11月份，商品消费现价同比增长-5.6%，不变价同比增长-7.6%，较上月回落2.9个百分点；服务消费现价同比增长-2.8%，不变价同比增长-4.4%，较上月回落0.9个百分点。

#### (1) 商品消费：细分品类全面回落，汽车消费负向拉动

- 商品消费中，11月保持正增速的行业有医药制造业、专用设备制造业，增速分别为7.3%、2.7%，分别较上月提升0.8、回落0.4个百分点，新冠相关医药即时需求和预期需求增加居民购药消费。负增速的行业有农副食品加工业、纺织服装、鞋、帽加工业、农林牧渔业和石油加工、炼焦及核燃料加工业、电器机械及器材制造业、汽车制造业，增速分别为-7.6%、-16.2%、-6.6%、-10.4%、-13.8%、-8.5%，均较上月有不同程度的回落，汽车及服装类可选需求降幅较大。
- **汽车消费：购车需求短期受阻，终端汽车市场疲软**
- 11月份，中汽协数据显示，我国汽车产销分别达到238.6万辆和232.8万辆，同比均下降7.9%。乘用车销售207.5万辆，同比下降5.6%；商用车销售25.3万辆，同比下降23.4%；新能源汽车销售78.6万辆，同比增长72.3%，市场占有率达到33.8%。限额以上汽车消费同比由正转负，同比降至-4.9%。整体上看，疫情导致消费者购车需求释放受阻，终端市场表现疲软，供给节奏放缓，市场表现不及预期。但新能源汽车市场占有率持续提升，或为促进2023年消费增长的动能之一。

- 可选消费、必选消费同步回落，地产后周期消费处于底部
- 从限额以上社会消费品零售总额数据来看，必选消费品中，除中西药品类同比保持8.3%的高速增长。受价格回落和消费意愿不足的影响，粮油食品类由9.9%下降至4.7%，日用品类由-2.2%降至-9.1%。
- 可选消费品中，通讯器材、服装鞋帽类升级消费同比降幅较大，分别为-17.6%、-15.6%，较上月下降8.7、8.1个百分点。
- 体育娱乐用品、金银珠宝类因线下消费场景受限小幅下降，同比分别为-8.2%、-7.0%，较上月下降10.0、4.3个百分点。地产后周期相关家用电器、建筑及装潢材料同比分别为-17.3%、-10.0%，分别较上月下降3.2、1.3个百分点；家具类同比为-4.0%，较上月提升2.6个百分点。
- 整体上看，11月可选消费、必选消费同步回落，与升级消费及场景受限相关产品跌幅明显，地产后周期消费仍处于底部阶段。

## (2) 服务消费：卫生领域需求提升，地产相关需求低迷

- 服务消费中，11月保持正增速的行业有银行证券业、卫生、保险业，同比增速分别为9.2%、6.7%、2.7%。保持负增长的行业有房地产、居民服务、修理和其他服务业、信息传输、软件和信息技术服务业、道路运输业、餐饮业，同比分别为-8.0%、-12.4%、-14.2%、-8.5%、-5.2%。
- 11月银行证券业、卫生、保险业延续正增长态势。受省际物流、货流受阻，道路运输业降幅走阔，邮政运营数据显示本月快递业务同比由-0.9%下降至-8.7%。社零口径下的餐饮收入同比由-8.1%降至-8.4%，底部跌幅有限。

表1. 商品消费、服务消费中主要的正增长&amp;负增长行业（不变价）

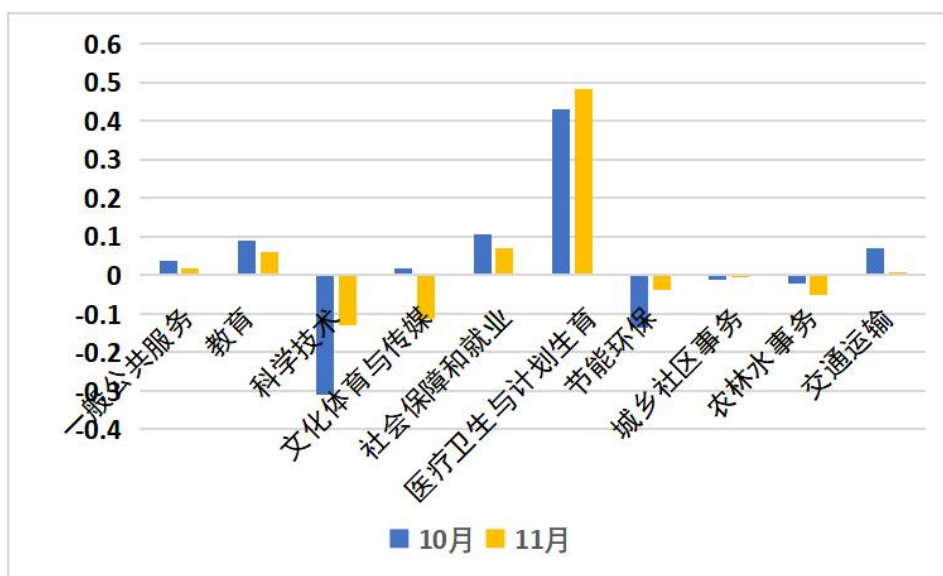
		行业类别	11月同比	较上月
商品消费	正增长行业	医药制造业	7.3%	0.8%
		专用设备制造业	2.7%	-0.4%
	负增长行业	农副食品加工业	-7.6%	-2.8%
		纺织服装、鞋、帽加工业	-16.2%	-8.2%
		农林牧渔业	-6.6%	-2.6%
		石油加工、炼焦及核燃料加工业	-10.4%	-2.0%
		电器机械及器材制造业	-13.8%	-14.7%
		汽车制造业	-8.5%	-10.9%
服务消费	正增长行业	银行业、证券业和其他金融活动	9.2%	-0.4%
		卫生	6.7%	-1.5%
		保险业	2.7%	0.5%
		教育	0.1%	7.5%
	负增长行业	房地产业	-8.0%	-0.6%
		居民服务、修理和其他服务业	-12.4%	-3.4%
		信息传输、软件和信息技术服务业	-14.2%	-4.1%
		道路运输业	-8.5%	-2.8%
		餐饮业	-5.2%	-2.3%
		批发零售业	-6.3%	-2.4%

数据来源：IFIND、腾景国民经济运行全口径数据库

### 三、政府消费：民生相关支出高企，基建领域支出收缩

- 2022年11月，政府消费现价同比增长6.7%，不变价同比增长6.2%，较上月小幅下行。疫情反复促使民生类支出增加，防疫支出仍然较高，医疗卫生类消费增速高企，同比增长48.2%，较上月提升5.1个百分点。社会保障和就业维持正增速6.8%，较上月小幅回落。同时，基建领域支出收缩，交通运输、城乡社区事务、农林水事务增速分别为0.6%、-0.5%、-5.0%，较上月-6.4、-2.9、+0.9个百分点。

图5. 2022年10、11月政府消费不变价同比



数据来源：腾景国民经济运行全口径数据库

(本文执笔：陈晨、蔡颖)

## 注释

### □ 腾景AI经济预测

北京腾景大数据应用科技研究院，简称“腾景数研”，是适应数字时代特点和要求，旨在推动宏观和产业经济研究方法变革、推动数字技术与实体经济深度融合的民办非企业新型研究机构，为中国发展研究基金会“博智宏观论坛”提供学术研究和数据支持。研究院学术委员会由目前中国学术研究水准和社会影响力居前的经济学家和有关方面负责人组成，为研究院的研究工作提供指导。

腾景AI经济预测运用近年来快速发展的机器学习特别是深度学习等人工智能前沿技术，与实时化、动态化的投入产出体系深度融合，在一系列关键技术攻关的基础上，对重要的经济金融指标进行高频模拟和预测，形成了在国内外具有开拓性、领先性、实用性的产品体系。

### □ 高频模拟

所谓高频模拟，就是在搜集加工大量相关数据的基础上，依托经典机器学习和深度学习模型，把月度指标日度化，使通常一个多月后才公布的指标，当日或近日就能呈现出来，比如，月初的CPI指标，过去要到一个半月后才公布，有了高频模拟，当日就知晓了。

### □ AI预测

所谓预测，就是运用深度学习的先进算法，重点在海量数据中搜寻非线性相关关系，发现并提炼那些过去、当下和未来都会起作用的规律性因素，从而实现对其一变量未来一定时期的预测。目前，我们已基本形成了时间长度为半年到一年、准确率70%以上的预测能力，并在逐步提升。

预测并不是一件神秘的事情，只是发掘那些未来仍会起作用的历史信息。也正是由于这个原因，我们多数情况下并不是预测某个指标的实际数值（某些情景下也会预测），而是预测它的平滑（TC）数值，因为平滑数值含有更多的历史信息。对一个具体指标而言，我们预测时主要关注两个方面，一是走向，向上、向下还是平行；二是拐点，顶部的拐点或底部的拐点，或者说峰值或谷底。对大多数指标来说，一年中最重要、最困难的是如何把握住一两个、两三个大的拐点，若经济预测能够帮助解决这个问题，应该说足以令人满意了。

### □ 全口径数据

全口径数据是以动态化投入产出矩阵为架构，按照国民经济核算体系的规范完整口径，对官方数据深化和扩展后的研究性数据。核心技术是对投入产出体系进行动态化改造，研发并验证了一系列转换矩阵表，建立起了支出侧和生产侧极为复杂的高频关联关系，形成“多维动态均衡矩阵系统（MDEMS）”，这一数据体系具有如下优势。



**补全。**有些月度指标是片段性数据，如社会消费品零售总额，反映的只是部分商品消费，除了餐饮等外，基本上不包括服务消费。全口径数据则包括了月度完整口径的居民消费和政府消费及其构成，还区分了居民消费中的商品消费和服务消费。

**补准。**固定资产投资完成额含有土地使用费等，而这部分近些年达到30%以上，与构成GDP的固定资本形成差距较大。全口径数据则去粗取精、去伪存真，剔除了土地使用费的部分，加入了商品房销售增值、矿藏勘探、计算机软件等无形资产，从而形成准确完整涵义上的固定资本形成指标。

**补缺。**目前的月度官方统计中，在服务业领域，只有服务业生产指数，还不能提供大部分服务行业的增长数据。全口径数据则在投入产出矩阵约束下，通过相关高频和中频数据的模拟，形成了全部服务业月度增长指标。

**校正。**利用投入产出矩阵内在的自我约束、自我平衡机制，使不同部分的数据相互比较、相互印证、相互校正，增强数据的准确性。

**高频。**通过对投入产出体系动态化改造，同时引入大量高频数据，实现了全口径数据的月度化，以后将可能实现全口径数据周度、日度乃至标准意义上实时化显示。

当前，官方常用指标有72个，而腾景全口径常用指标有150多个，全部指标5000多个。

全口径数据库的框架性数据来源于官方数据，与官方数据科学衔接，并不是另搞一套。每个月官方数据公布后，将其带入数据体系，转化为全口径数据。官方季度和年度国民经济核算数据公布后，全口径数据与其对标校正。

更多信息请关注腾景公众号



联系我们：



010-65185898 | +86 15210925572



[IR@TJRESEARCH.CN](mailto:IR@TJRESEARCH.CN)



<http://www.tjresearch.cn>



北京市朝阳区朝阳门外大街乙6号朝外SOHO-A座29层

## 重要声明

本报告由北京腾景大数据应用科技研究院制作，报告内容和引用资料力求客观公正。报告中的信息来源于我们研究团队运用机器学习、深度学习等人工智能技术所取得的探索性研究成果，数据准确率通常以概率方式呈现。因此，本报告仅供投资者参考之用，不构成任何投资决策的建议。对于投资者依据或者使用本报告所造成的一切后果，北京腾景大数据应用科技研究院及相关分析师均不承担任何责任。

此报告版权归北京腾景大数据应用科技研究院所有，本单位保留所有权利。未经本单位事先书面许可，任何机构和个人均不得以任何形式翻版、复制或转载。如引用发布，需注明出处为北京腾景大数据应用科技研究院，且不得对本报告进行有悖原意的引用、删节和修改。否则，本单位将保留随时追究其法律责任的权利。北京腾景大数据应用科技研究院对于本免责声明条款具有修改权和最终解释权。