

从中央到地方，一系列增加公共消费的政策措施密集出台落地——

公共消费，国家为你“买单”

邱海峰 贾润梅

迈入“十四五”
聚焦消费新亮点④



黑龙江省漠河市依托丰富的冰雪资源，通过发放消费券等多种形式激发冰雪消费潜力，吸引许多游客前来“打卡”。图为游客在漠河市一处冰雪乐园玩雪圈。
新华社记者 谢剑飞摄



公共消费支出规模逐年增加

“快到底了，手机里还有几张消费券没花，正好用来置办年货。”日前，家住北京的崔浩清空了自己的网上购物车。

从线上到线下，从大型商超到路边小店，从餐饮到文旅……去年以来，全国多地政府出资向当地居民发放消费券，居民领取消费券后便可在指定期限和商家消费时享受一定金额的抵扣。如北京去年下半年累计发放餐饮购物、智能产品和餐饮外卖等消费券3900万张；浙江发放价值5亿元的旅游消费券，精选500多个优质景区和700余家优质酒店民宿产品；吉林发放1050万元的体育消费券，消费领域涵盖体育教育培训、大众冰雪娱乐等产品和项目。

“一次可以减免几元到三四十元不等，只要消费满足一定金额，结账时我都会提醒消费者使用消费券。”作为北京消费券发放活动参与商户之一，位于北京市海淀区的兴达轩超市工作人员李女士说。

中国社会科学院财经战略研究院市场流通与消费研究室主任任绍华说，新冠肺炎疫情给居民消费造成较大影响，为提振消费需求，国家提出适当增加公共消费。不少地方推出的消费券，正是公共消费的一种表现形式，通过政府出资带动企业参与、居民消费。

除了发放消费券，公共消费还有哪些？

专家解释说，公共消费与居民消费共同构成了最终消费，相较于居民消费，公共消费的一大特点是由政府或为居民服务的非营利机构出资购买公共产品或服务。

近年来，中国公共消费支出规模逐年增加，目前在最终消费支出中的占比约30%。从范围来看，公共消费涉及环境保护、教育、医疗、养老、育幼、体育等多个领域。

“2020年3月，我们开展了‘母爱无忧之家’专项工程，关注企业员工特别是育龄女员工的需求，解决婴幼儿看护‘入托难、入托贵’问题，引进专业托育企业，构建政府引导、多方参与的托育服务体系，覆盖企业职工近万人。”山东自贸试验区济南片区有关负责人介绍，目前已在济南片区及全市建立政府部分出资的托育服务场所5处。

作为入驻企业，汇美合正教育集团董事长郑少文表示：“为降低成本，在济南市的托育机构选址多在社区，一位老师带2个或3个婴幼儿，注重教育、保育和护育三合一。在普惠政策下，托育服务的相关费用充分考虑了当地工资水平，总体有所降低。”

拉动居民消费和经济增长

增加公共消费，效果如何？

北京市商务局日前发布的数据显示，北京自2020年6月6日启动消费季，通过财政补贴发放消费券，实现销售额135.2亿元，拉动消费约15倍。同时，带动北汽集团、苏宁等企业自主发放满减券、折扣券共约100亿元。

“我是参与商户之一，发放消费券对企业和服务者都是好事。市民消费热情高了，我们的生意也更好，现在店里每天的客流量要比2020年上半年多1/3。”在北京经营一家餐馆的王明生说。

不仅是北京，黑龙江省哈尔滨市自2020年9月11日至2020年12月22日，六次发放政府消费券，共使用政府补贴资金3.8亿元，实现销售额达67.4亿元，拉动消费超17倍；浙江杭州发放消费券的前三天，3000万元的补贴资金拉动4.5亿元的消费。

“适当增加公共消费，可以减轻消费者个人的经济负担，提升居民消费能力，具体表

现为扩大购买力和提升消费质量。”任绍华说，如果公共消费投入不足，卫生、养老等方面的公共服务相对薄弱，广大居民有后顾之忧，消费意愿就会降低，消费基础性作用的发挥也会受到抑制。从这个意义上说，作为最终消费的重要组成部分，公共消费的增加不仅可以直接推动消费增长，而且是拉动居民消费增长的重要引擎和可靠保障。据有关机构和学者测算，公共消费增长1个百分点，预计能够直接和间接拉动经济增长0.2个百分点以上。

除了拉动消费、促进经济增长，增加公共消费对于推动社会发展、增进民生福祉也有着重要作用。中国人民大学国家发展与战略研究院研究员马亮认为，通过增加在教育、医疗、体育设施等方面的公共消费支出，不仅能够加强对传染病的预防和应对能力，还能提升公共服务供给的质量和效率。

郑少文介绍，由于费用相对较低、服务做得较好，托育机构如今在山东省济南市得到越来越多家长的认可。“托育为年轻父母提供了照护、培养子女的场所，为女性职工上岗提供了一定保障，同时也解决了隔代家庭矛盾问题，提升了家庭和睦度。”

量力而行提高支出效率

未来，公共消费如何发力？专家指出，着重点还是“十四五”规划建议提出的“适当增加”，这四个字可以分两方面来看。

一是“增加”。清华大学中国经济思想与实践研究院研究员龙少波等学者认为，增加公共消费既有现实性也有必要性，一方面增加公共消费可以显著推动消费增长、经济社会发展；另一方面中国的公共消费率（公共消费占GDP的比重）具有提升潜力。2018年全球平均公共消费率为16.9%，欧元区公共消费率为20.6%，经合组织国家平均公共消费率为17.7%，与之相比，中国的公共消费率低于全球平均水平，更低于主要经济区域水平。

二是“适当”。任绍华指出，公共消费的资金来源为财政收入，但受疫情影响，从中央到地方，财政均面临一定压力，因此公共消费支出要顾及财政承受的能力和可持续性，量力而行。此外，同为最终消费的组成部分，公共消费与居民消费在特定领域存在此消彼长的反向挤出关系，过度的公共消费反而可能影响居民消费增长，显然不利于拉动整体消费。

“适当增加公共消费，重点是精准施策，避免大水漫灌，提高支出效率。”任绍华表示，当下，政府需要找准扩大支出的领域，精准对接消费领域的瓶颈和短板，发挥公共消费的基础性作用，为居民提供更多优质公共产品和服务，解决供需矛盾，满足群众需求，充分释放居民消费活力。具体来看，应继续增加社会共享、给大众带来福祉的公共消费，比如医疗、教育、社保、住房、就业、养老、育幼等，聚焦部分人因财力不足而无法通过私人消费得以满足的基本需要。

家庭养老育幼有望得到财政更多支持。“下一步，我们将重点推进‘母爱无忧之家’专项工程，力争实现普惠托育机构在济南片区内全覆盖，满足企业需求、职工需求、民生需求。”山东自贸试验区济南片区有关负责人说。

聚焦新消费需求，公共消费范畴有望扩大。中国消费者协会表示，智能快件箱服务具有小区公共服务属性，应当适当延伸或扩大公共服务领域和范围，将小区原有投递箱智能化升级改造，纳入公共消费范畴。

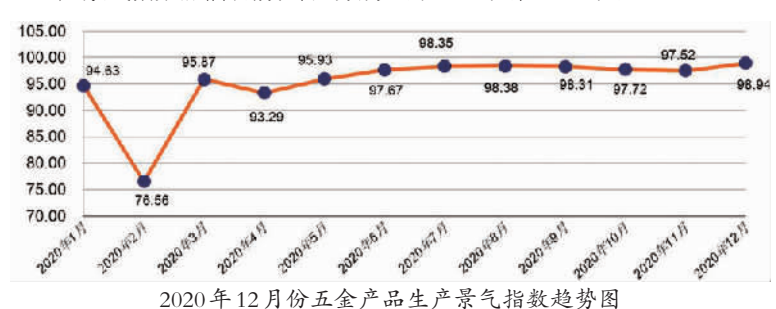
“适当增加公共消费，需要完善基础设施建设，同时提升农村消费水平，推进城乡基本公共服务均等化。”任绍华说，还应加大技术创新和应用领域的公共消费投入，注重传统消费领域产品技术创新升级，提升自主研发能力，满足居民消费升级需要。

中国·永康五金指数

2020年12月份

2020年12月永康五金需求效益向好，生产景气指数趋稳回升

12月份，五金产品生产景气指数收于98.94点，环比小幅上升1.42点。十二大类行业景气指数呈现十升两降格局，其中，电子电工和机械装备行业生产景气指数涨幅居前，环比分别上升13.63点和12.54点。



一、商品订购旺盛，市场需求景气指数稳步运行

12月份，生产市场需求景气指数收于97.62点，环比微升0.34点。其中，商品销售量与订单量景气指数为101.12点，环比回升4.71点；客户数量景气指数为101.40点，环比上涨5.65点。十二大类行业呈现七升五降格局，其中，涨幅居前的行业有机械装备和电子电工，分别较上期上涨12.02点和11.25点；降幅明显的行业有通用零部件、五金工具及配件，分别环比下降4.78点和4.01点。

二、商品存货周转加快，经营效益景气指数企稳回升

12月份，企业经营效益景气指数收于99.12点，环比上升1.85点。其中，商品销售收入景气指数为103.18点，环比上升8.35点；商品存货周转速度景气指数为102.54点，环比上升6.40点。在十二大类行业中，有五个行业效益景气指数处于临界点以上的扩张区间。分行业看，电子电工和机械装备行业经营效益景气指数涨幅最大，分别环比上涨22.50点和13.32点。

三、生产景气指数预期行情将呈现趋缓态势

12月份，生产经营状况的预期景气指数为98.37点，小幅回落1.28点。随着临近农历新年，预计2021年1月份，生产景气指数呈现趋缓运行态势。

2020年12月永康五金市场需求有所下降，市场景气指数环比下跌

12月份，永康五金市场交易景气指数为99.98点，环比下跌0.60点。十二大类行业景气指数呈现六升六降格局。结构性指标波动幅度较大，其中，要素供给环比下跌1.45点，市场需求景气指数环比下跌0.80点，运营效益景气指数环比上升0.21点，总体判断景气指数环比下跌0.36点。



一、市场需求景气指数略有下降，商品销售量有所减少

12月份，五金交易市场景气指数为100.48点，环比下跌0.80点。其中，市场销售价格景气指数为100.63点，环比下跌0.01点；商品销售量景气指数为100.16点，环比下降0.16点；商品顾客数量景气指数为101.09点，环比上升0.93点。十二大类行业呈现五升七降格局，车及配件行业跌幅居前，环比下跌2.33点。

二、产品经营状况略降，总体判断景气指数有所下滑

12月份，五金市场交易总体判断景气指数收于100.04点，环比下跌0.36点，其中，产品经营状况景气指数为99.96点，环比下跌0.26点；厂家生产经营景气指数为99.52点，环比下跌0.62点；政策对产品的生产影响景气指数为100.05点，环比上升0.13点。十二大类行业呈现四升五降三平格局，车及配件行业降幅居前，环比下跌1.83点。

三、五金市场交易景气指数的后市预测

2021年1月份，五金交易市场预期景气指数收于100.88点，环比上升0.01点。

2020年12月永康五金出口需求小幅下滑，外贸景气指数缓中运行

12月份，五金产品外贸景气指数收于94.61点，较上月小幅下滑1.91点，总体趋缓。从行业构成来看，在十二大类行业中，表现为两个行业景气指数处于扩张区间，七个行业景气指数处于回落区间，三个行业景气指数处于收缩区间。



一、商品出口额环比回落，企业利润空间缩小

12月份，出口经营效益景气指数收于95.87点，环比小幅回落，较上期下降1.43点。其中，商品出口销售额景气指数为92.20点，环比回落16.12点；商品毛利率景气指数为94.59点，环比下跌3.09点。十二大类行业呈现五升七降格局，其中，建筑装潢五金、安防产品和机械装备行业出口效益景气指数降幅居前，较上月分别下降11.78点、10.00点和5.40点。

二、商品出口交易放缓，市场需求稳中略降

12月份，出口市场需求景气指数为95.56点，较上月下降3.35点。其中，商品出口交货量景气指数为91.41点，环比回落14.87点；商品出口价格景气指数为98.92点，环比微涨0.61点。十二大类行业中，有八个行业市场需求景气指数环比下降，四个行业环比上升。其中，降幅居前的有建筑装潢五金、机械装备、车及配件行业，环比分别下降38.65点、15.65点和6.59点。

三、外贸景气指数后市预测

12月份，预期景气指数收于97.07点，较上月下降1.56点，预计2021年1月份，外贸景气指数会缓步运行。

中国·永康五金指数编制办公室
2021年1月12日

数据来源：中国永康五金指数编制办公室（文中数据已经过进位处理，保留两位小数）

