

电子消费券与政策乘数效应

冉 丽

贵州大学经济学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2024年6月28日; 录用日期: 2024年7月11日; 发布日期: 2024年8月27日

摘 要

电子消费券是各地政府实现消费拉动经济增长的扩张性财政政策, 由于其具有杠杆效应和乘数效应, 推动经济增长短期效果明显, 但是, 存在使用范围、使用主体、使用规则等问题, 弱化了电子消费券释放消费潜力效果。通过分析多地实施效果, 发现在使用过程中, 存在投机获利、发放不公、效果受限、挤出效应和长期效果不明显问题。得出结论, 电子消费券固然可以带动经济发展, 但属于过渡性政策, 要谨慎使用, 并寻找长期有效策略拉动经济增长。为达到该目标, 政府应采取以下措施: 转变发行方式, 提高公平程度、加强监管力度, 预防投机行为、规范发放门槛, 最大化“乘数效应”、构建推动消费增长的长效机制。

关键词

电子消费券, 杠杆效应, 乘数效应, 经济增长

Electronic Consumption Vouchers and Policy Multiplier Effects

Li Ran

School of Economics, Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: Jun. 28th, 2024; accepted: Jul. 11th, 2024; published: Aug. 27th, 2024

Abstract

Electronic consumption vouchers are expansionary fiscal policies implemented by local governments to drive economic growth through consumption. Due to their pole and multiplier effects, they have significant short-term effects in promoting economic growth. However, there are issues with the scope, subject, and rules of use, which weaken the effect of electronic consumption vouchers on unleashing consumption potential. By analyzing the implementation effects in multiple locations, it was found that there are problems, such as speculative profits, unfair distribution, limited effec-

tiveness, crowding out effects, and unclear long-term effects in the use process. It can be concluded that electronic consumption vouchers can certainly drive economic development, but they belong to transitional policies that should be used with caution and long-term effective strategies should be sought to drive economic growth. To achieve this goal, the government should take the following measures: transform the issuance method, improve fairness, strengthen supervision, prevent speculative behavior, regulate the issuance threshold, maximize the “multiplier effect”, and build a long-term mechanism to promote consumption growth.

Keywords

Electronic Consumption Vouchers, Leverage Effect, Multiplier Effect, Economic Growth

Copyright © 2024 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

面对波云诡谲的全球经济形势和疫情带来的不良经济“后遗症”，党中央多次强调要加快形成以国内大循环为主、国内国际双循环相互促进的新发展格局，而扩大内需是实现“双循环”稳定我国经济增长的战略基点[1]。入世后，我国积极开展多边贸易合作，助力经济全球化发展进程，对外依存度由1980年的12.4%上升到2007年的64.2%，但是2008年的金融危机拉响了外贸警钟，过度依赖对外贸易存在巨大的风险问题，自2008年开始我国对外贸易依存度有所下降，到2022年为34.8%，国内消费对经济拉动作用越发明显。同时，随着社会生产能力的不断发展，供给侧带来的经济发展阻力日益减小，而需求侧的约束力愈发凸显，经济发展阻力转变导致了经济增长动力变化，消费作为拉动经济增长的三驾马车之一，已经成为拉动我国经济增长的第一动力，今年第一季度对经济贡献率高达73.7% [2]。后疫情时代，我国政府也在积极采取各种政策充分释放巨大消费市场潜力，击破疫情带来的需求疲乏，繁荣内需市场，实现人民对美好生活的愿景。

2022年中央经济工作会议指出，扩内需、促消费是2023年的第一大经济任务，包括广东省、贵州省、湖北省在内的各大省份积极做出响应，采取诸多措施刺激消费，其中采用消费券的消费补贴形式最为突出，这是因为消费券作为财政政策的一种形式，具有四两拨千斤的杠杆效应，即若政府发放50元代100元消费券，就拉动了50元的居民消费。以贵州为例，2024年1月发放“2024年多彩贵州欢乐购普惠消费券”，使用范围包括但不限于日用百货、商超便利、餐饮、休闲娱乐等，拉动消费1.2亿元，对贵州省经济推动效果显著。

2. 消费券促进消费提质增效

由于消费券具有成效快、金额小、数量多、限时性等特点，早已被各国视为一项效果强、副作用小的扩张性财政政策，1999年日本曾发行消费券缓解泡沫经济问题；2008年中国也曾推出消费券来减轻金融危机的冲击；2020年中国再发放消费券降低疫情的影响等等。消费券之所以被各国广泛使用，是因为它对需求侧具有直接刺激作用，并对供给侧产生间接推动作用。短期经济拉动效果更加明显，产生乘数效应，释放企业过剩生产力，减轻企业库存压力，推动整个社会需求增长和消费结构升级，其影响渠道见图1：

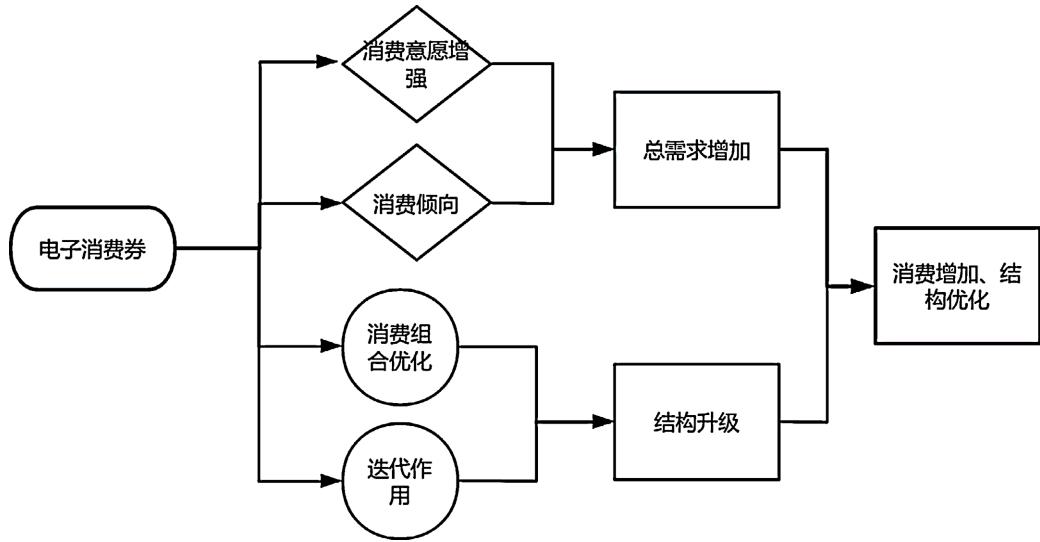


Figure 1. Transmission mechanism of electronic consumption vouchers promoting consumption quality and efficiency improvement

图 1. 电子消费券推动消费提质增效传导机制

2.1. 宏观经济学分析

从宏观经济层面分析，消费券发挥和放大乘数效应，带来经济扩大效应。在四部门经济中，总支出恒等于总收入，由消费支出、投资支出、政府购买支出及净出口支出四部分组成，这说明增加总支出，提高总需求要从以上四个方面入手。总支出公式的表达式为 $Y = C + I + G + X - M$ ，其中， Y 总支出或总收入， C 表示消费，包括自发消费和引自消费两部分， G 是政府支出，可分为购买支出和转移支付， $X - M$ 代表净出口，等于一国出口额减去进口额。若将税收 T (包括固定税 T_0 和比例税 T_m)、转移支付 T_r 、边界消费倾向 β 、边际进口倾向 γ 带入上式中，则有 $Y = \alpha + \beta[y - (T_0 + T_m y) + T_r] + I + G + X - (M - \gamma y)$ ，进一步整理得 $Y = \alpha + I + G - \beta T_0 + \beta T_r + X - M + [\beta(1 - T_m) - \gamma]y$ ，其中， $\alpha + I + G - \beta T_0 + \beta T_r + X - M$ 这部分为截距项， $[\beta(1 - T_m) - \gamma]$ 是斜率，由此可以求出消费、投资、政府购买等乘数。政府按照相机抉择原则调整宏观政策，即在经济过热时，采取减少政府支出、降低消费等紧缩性政策缓解通货膨胀，反之，在经济萧条时，实行扩张性政策激发经济活力，如增加政府转移支付、减少税收等。消费券通过消费乘数带动经济成倍增加，乘数大小为 $1/[\beta(1 - T_m) - \gamma]$ ，即消费变化所带来的收入变化。消费券刺激消费增长，从而扩大企业再生产，进而就业增加，居民可支配收入上升，又反过来促进消费，达到良性循环结果，进一步带来经济扩大效应。

2.2. 微观经济学分析

其一，消费券可以提高居民购买力，在图形中表现为预算约束曲线右移，消费者获得更大消费满足。当消费者获得消费券，他们通常将它当作是“意外之财”，由于不能用于储蓄，消费者更倾向于用于购买相应商品，电子消费券往往促使消费意愿和动机变强，使得整体消费增加，带来经济复苏[3]。

其二，消费券通过替代作用，促进补贴商品销量增加。替代作用即是一种商品的增加会减少其替代商品销售数量，以羊肉和牛肉为例，当政府发放牛肉消费券，与羊肉价格相比，牛肉相对价格更低，那么居民消费牛肉的欲望更强烈，从而更多购买牛肉，减少对羊肉的需求，与原来消费相比节省的支出，又可以用于其他商品消费，带动其他行业发展。再者，政府可以发放针对特定产业消费券，达到扶持特色产业发展效果，促进资源合理利用。

其三，发放某些商品消费券，通过商品关联性，增加互补商品销量。一种商品相对价格降低，而另一种商品需求量增加则这两种商品即为互补商品，比如羽毛球和羽毛球拍，当给予羽毛球拍补贴，其相对价格降低，则消费数量增加，则羽毛球的销量也会随之增加。政府也可以考虑对关联产业发放消费券，是经济增长达到 $1+1>2$ 的效果。

3. 消费券比直接发放现金的优势分析

2020年，同样是为了缓解疫情给国家经济带来的不良后果，中国选择发放消费券带动经济增长，而美国却选择发放现金度过危机，虽然两种方式都可以促进经济增长，但是其影响程度却有所不同。

3.1. 经济带动效果不同

在经济下行情况下，发放现金不仅不能起到提振经济的作用，还可能引发通货膨胀的“负效应”，导致经济进一步恶性发展，其影响效果见图2。

当政府直接给居民一笔现金，居民不一定将这笔现金都用于消费，尤其是受到疫情的冲击后，经历了失业、收入不稳定等，以前的“超前消费”和“月光族”消费观已经渐渐消逝[4]，人们的储蓄心理越来越强，对经济持有怀疑、不确定预期，消费意愿也明显下降。按常人心理。除非政府给的现金补贴足够大，比如5万元、10万元，会唤起人民购房购车的消费欲望，但是这种方式将大大加重政府财政负担，这不仅不会刺激消费带动经济发展，反而可能产生负“杠杆效应”，加大政府压力。

然而，通过前面对消费券发放的分析，显而易见，发放消费券比直接提供现金补贴的经济提振效果更好。这是因为消费券通常具有时效性，消费者将它视为一笔“意外之财”，要么消费，要么放弃使用，而不会用于储蓄，这就不会发生发放现金所带来的问题。并且，政府发放消费券是以互联网的大数据平台为依托，一定程度上可以实现精准投放，还可以通过数据分析，追溯实施效果[5]。与此同时，通过撬动消费回补，推动供给侧恢复，达到消费和生产良性互动，重启市场运转齿轮，消费券不仅带来了需求回暖，还助力保民生、扩消费目标的实现。

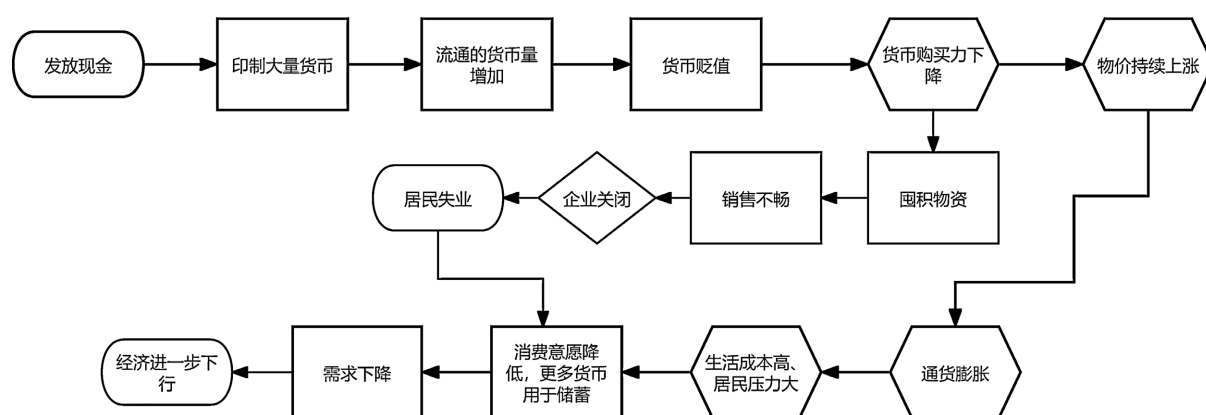


Figure 2. The impact of direct cash disbursement on the economy

图2. 直接发放现金对经济的影响

3.2. 消费者消费心理不同

随着电子支付的出现，大大缩短了消费决定和消费达成之间的距离，冲动型消费更容易出现。美国普渡大学教授查理·费因曾展开一项调查，通过给人们发放现金和信用卡，比较他们的消费行为，发现获得信用卡的人的消费欲望比获得现金更强烈。此外，还有学者证实使用移动支付后，交易额增长了2.4%，

总交易频率上升了 23.5%，这说明使用电子支付后，有利于促进消费增长，带动经济发展。

因此，发放电子消费券也是同样的原理，人们看到的是消费券上的数字，而不是实实在在的现金，可以削弱消费者在支付时产生的痛感，提高消费可能性。当发放现金时，人们使用现金交易，清楚每一笔现金流向，这种高透明度的支付方式会让人们对交易更为敏感，尤其是大额支出，消费者常会对开销实行“抓大放小”管理，降低了消费者的购买满足感，从而抑制消费欲望，缩小消费可能性。相比之下，发放电子消费券，可以降低支付透明度，消费者对支出敏感度降低，补贴使用率更高，从而更愿意消费，进而拉动经济增长。

3.3. 行业支持力度不同

电子消费券可以设定用于某些特定领域，如餐饮、图书、电子产品、旅游等行业，并需要消费满一定额度才能使用，因此能够对受疫情影响较大的特定行业给予精准支持，带动行业尽快恢复。比如，济南市发行的消费券仅限于文旅消费，河北省发放的消费券仅能用于体育项目。而现金流向不具有特定目标，甚至可能流入股市、房地产等资本市场。此外，相较于现金，消费券具有使用期限和使用范围的限制，使得它的短期刺激力度和定向刺激作用更加明显，尤其是在拉动特定领域消费的快速反弹方面具有优势。

同时，终端消费者使用消费券能降低商品的实际价格，进而增加消费量，这种刺激效果对于在消费还是不消费之间犹豫不决的边际消费者来说尤为明显。当消费者增加对某一种商品的消费后，一方面会带动对互补品及关联产品的消费，这种联动效应由产业链或产业网络不断向下传导，产生叠加效应，放大总消费量；另一方面，也会通过产业链向上逆向传导，实现“消费生产消费”的循环。

4. 消费券带动经济增长的局限性

从多个城市发放消费券的结果和效果看，存在一些因素阻碍了消费券推动经济发展，弱化了它的杠杆效应。

4.1. 诸多使用限制，消费券或成无用券

消费券存在普惠性不足难题，出现不会用、用不上现象，导致其成为无用券。政府联合商家通过互联网平台发放消费券，部分老年人不会使用智能手机，自然无法使用消费券，而消费券实质上是收入再分配的一种形式，这会导致新型分配不公。除此之外，消费券使用规则不清晰、使用过程复杂导致人们厘不清如何正确使用或使用失败，进而降低消费者的消费券使用率，无法提高消费者消费意愿，达不到消费带动经济增长的目的。

4.2. 消费券产生消费“挤出效应”

对某商品发放消费券，会产生替代作用，即该商品的相对价格降低，从而促使消费者增加该商品的消费，但若该商品的需求弹性较小，即价格的变动引发需求不明显变动，则消费者对该商品的消费受消费券影响较小，然而，消费者获得了该商品消费补贴，变相增加了消费者可用于储蓄的现金，导致消费券并未起到刺激消费，拉动经济增长的预期效果。同时，根据弗里德曼的恒久收入假说，理性消费者不会由于短期收入的变化而改变消费，为了追求效用最大化，消费者以长期稳定收入即持久收入作为消费依据，而消费券是短期性、暂时性政策，它推动经济增长的长期效果不明显[6]。并且，消费者收到经济冲击，收入预期下降，大大打击了消费信心。

4.3. 消费监管弊端，投机行为滋生

虽然每个人领消费券后的张数有限，但是部分人获得消费券后并不会使用，一些不法分子会钻空洞，

将这些消费券低价购回，用于高价出售，甚至是联合商家非法套现，例如 2023 年武汉发生虚假刷单套现消费券情况，涉案人员 28 名，涉案金额高达 160 多万元，给政府财政政策的实施及效果带来严重的负面影响，这不但未起到拉动消费作用，还扰乱市场秩序，产生一系列恶劣影响。

4.4. 消费范围有限，乘数效应受限

消费券大多针对特定商品，在旅游、食品、餐饮等使用最多，导致一些消费者的消费需求没有受到关注，使得这部分消费者的消费能力未能充分释放[7]。并且区域间存在明显差异，在大城市，消费者面对更多的商品，有更多消费选择，也能更好的使用消费券，而在农村地区，由于商店数量少，商品种类少等问题，居民无处使用消费券，造成资源浪费。这些问题都会影响消费乘数数值，进而导致消费对经济的杠杆作用和乘数效应大打折扣。

4.5. 消费券缺乏长期效果，非经济调节经常性工具

政府发放消费券的措施类似消费者“预付消费”行为，即提前预支消费者未来的消费能力，但是当政府未能找到有效策略改变经济形势，那么消费者会根据经济发展态势调整消费决定，所以，消费券策略刺激消费效果具有短期性[8]。并且，部分消费券使用范围可能被限制，限定了消费地区和指定了消费商家、产品等，影响市场对资源配置的决定性作用，造成市场扭曲、供求失效等隐患，无法带来拉动经济增长的长期效果。

5. 消费券更好促进经济增长的建议

5.1. 降低使用门槛，提高“用券”概率

对老年人而言，领券和用券均是较大的问题，导致这部分人群无法接触到消费以及领到消费券也存在使用难题。当下消费券主要通过云闪付等平台发放，但这些群体平时不会使用类似 app 软件，导致他们不能获得相关信息，因此，政府相关部门应该增发销售渠道，可以通过抖音、快手、支付宝等平台发放，并取消对消费者持有银行卡类型限制。此外，还应发布相关的使用视频，讲解使用步骤、方法等，并投放到各平台，从而现实高效使用消费券的目标。

5.2. 转变发行方式，提高公平程度

从已投放的消费券看，多数地区采用“抢券”、“摇号”的发放方式，这两种方式被大多数人认同，但事实上，它存在一些弊端，两者都需要良好的网络环境等因素来保证公平性、合理性，但是容易让“羊毛党”抓住网络漏洞，引发“薅羊毛”、“套利”等不好行为，造成恶劣社会影响，因此，政府需要寻找新的发放形式，减少此类行为。政府可以遵循“契可尼效应”，即利用人们对于付出代价的东西格外珍惜的心理，设定低成本购消费券制度，即消费者需要花费一定成本获得消费券使用权，这不仅可以实现物尽其用，提高使用效率，还可以维护发行公平性，提升市场规范度。

5.3. 加强监管力度，预防投机行为

政府部门既要注重活动宣传，也要加强使用监管，建立多部门协同联合机制，对消费券资金申请、发放、使用等过程进行监督，达到发放透明化。同时，建立消费券“失信黑名单”，通过实名验证、短信验证等甄别投机主义者和“黑心”商家，将其拉入“失信黑名单”并进行公示，处以一定罚款，达到警示作用。这些做法可以从源头上降低投机行为发生率，规范资金使用，充分发挥政府财政政策对经济的拉动作用。

5.4. 规范发放门槛，最大化“乘数效应”

消费券带来的消费“乘数效应”受到使用范围、使用主体、使用规则等约束，而无法完全释放消费潜力。由此，政府应该因地制宜制定发放门槛，结合线上线下两种方式，将不会使用智能设备的老年人纳入主体范围[9]。与此同时，根据不同人群边际消费倾向不同设置不同券面金额，比如，穷人边际消费倾向大于富人，故穷人应是消费券投放主要目标人群，产生更大消费增量，带来更好综合杠杆效应。此外，设置单人兑换额度上限和无叠加使用功能，防止个人重复领取、叠加使用消费券。这样可以增加消费者自有资金支出，使更多资金在市场上流动起来，从而带动经济好转。

5.5. 构建推动消费增长的长效机制

促消费、增需求，推动经济稳步增长是一项长期任务，任何策略都无法实现一蹴而就功效，而具有暂时性的消费券想要达到这一目标更是天方夜谭，因此，政府不是利用消费券实现经济长期增长目标，而是要分配好消费券给政府制定经济发展战略赢得的时间。政府想要达到刺激消费、扩大内需，带动经济良好发展的效果，就需要激发市场活力，达到消费者想消费、能消费的状态，重塑消费者对经济上行预期心理[10]。通过调整税收政策、支付福利、公共支出、资本控制程度及贸易政策，实现社会财富更好再分配，缩小居民收入差距，增强社会向心力才持续释放消费潜力，达到消费带动经济增长的长期效果。

6. 结语

总而言之，在后疫情时代，面对疫情带来需求萎缩“后遗症”，各地政府纷纷采用发放消费券的扩张性财政政策，利用其杠杆效应和乘数效应带动经济高速复苏，但也要保持头脑清醒，不能被它带来的经济短期迅速增长效果所迷惑，而是要清楚它只是过渡手段，带来短期增长效果。针对目前消费券发放状况，政府要不断根据时代发展变化做出相应调整，利用好互联网大数据平台工具，建立更完善监管机制，提高执法效率，促进资源更合理分配，实现经济长期稳步增长目标。

基金项目

贵州省教育厅 2024 年高校人文社会科学研究项目，《RCEP 对贵州高质量发展的机遇、挑战及贵州对策研究》(2024RWGB55)。

参考文献

- [1] 叶绮涵. 粤开启新一轮文旅促消费活动[N]. 南方日报, 2024-05-20(A02).
- [2] 习明明, 刘旭妍, 李婷. 电子消费券的实体经济效应——来自银联“云闪付”的证据[J]. 当代经 2024(7): 1-14.
- [3] 傅联英, 古洋洋, 李军晖. 数字消费券赋能消费扩容提质[J]. 农银学刊, 2024(2): 57-60.
- [4] 章浩. 中国银联: 共建“支付+”商户生态 助力提振消费促发展[J]. 中国行政管理, 2024, 40(3): 161.
- [5] 张文章. 消费券助力福建消费热起来[N]. 中国消费者报, 2024-03-22(003).
- [6] 中国妇女报全媒体. 消费券“引流”: 既要有人气, 也要有底气[N]. 中国妇女报, 2024-02-29(005).
- [7] 惠梦. 春节热起来 消费旺起来[N]. 中国财经报, 2024-02-29(007).
- [8] 曾金华. 优化设计提升消费券拉动效应[N]. 经济日报, 2024-02-26(005).
- [9] 钟洲, 蔡跃洲. 数字消费补贴与公平竞争政策[J]. 广东社会科学, 2024(1): 27-36.
- [10] 李颖. 岁末年初的“消费券红利”效应[J]. 中国质量万里行, 2024(1): 34-37.