

巩固恢复向好势头 助力经济常态回归——2023 年 一季度上海经济运行特征及后续走势研判

汪曾涛 马海倩 徐逸菁¹

(上海市发展改革研究院 200032)

【摘要】：2023 年一季度上海经济平稳运行，并逐渐回归至经济基本面，2023 年下半年将进一步向常态化增长水平回归，最终实现全年平稳增长。参照对标地区的复苏态势，在经济运行走出疫情感染周期并实现恢复增长的过程中，供需匹配和双向发力对于经济循环的恢复至关重要，这也是上海把握超跌反弹窗口期、加快经济常态化恢复必须高度关注的问题。

【关键词】：上海经济 经济恢复 经济运行 疫情感染周期

【中图分类号】：F113 **【文献标识码】**：A **【文章编号】**：1005 - 1309(2023) 05 - 0031 - 009

一、2023 年一季度上海经济在相对低位运行中确立恢复趋势

上海经济经历了 2020—2022 年疫情强周期后，于 2022 年末迎来重要转折，2023 年开局进入疫情扰动关系转换、经济活动加快回归的过渡时期。总体而言，2023 年上海经济低位开局，一季度上海 GDP 增长 3%，较 2022 年同期略低。这主要受以下三方面因素影响。

(一) 大规模集中感染的疫情冲击及“过峰”后的延续影响

从对标地区看，一个疫情感染周期，即感染人数经过“爬升—达峰—回落”，一般为 4 个月左右，如中国台湾地区在防疫措施放松后于 2022 年 4—8 月进入较大规模感染周期，韩国于 2022 年 1—5 月进入较大规模感染周期。观察对标地区疫情感染周期中的经济运行变化情况，发现达峰当季经济会遭受“瞬时冲击”，零售消费、人流活动等数据明显下降，GDP 环比增速也出现不同程度的下降(表 1)，如中国台湾地区下降近 1 个百分点、新加坡下降 2.2 个百分点等。

从上海表现看，2022 年 12 月新冠肺炎疫情防控措施优化后的一波大规模集中感染周期，也对上海 2023 年一季度经济带来“瞬时冲击”，尽管相较于对标地区达峰速度快、持续时间短，但“过峰”后经济活动的完全恢复尚需时日。以上海地铁客运量数据为例，自 2022 年 12 月 18 日起，地铁日客运量显著低于正常水平，12 月 25 日降至 176 万人次，创下本轮冲击最低点，“触底”全程仅用时 1 周，对标地区则至少用时 1 个月；此后地铁日客运量逐渐回升，2023 年 1 月 11 日恢复至春节前最高值，达 864 万人次，约为本轮疫情前的 86.4%，^①相当于 2019 年同期的 74.1%；^②2023 年一季度上海地铁客运量日均 879 万人次，恢复至 2019 年同期的 89.1%。

表 1 对标地区疫情感染周期 GDP 增速变化情况

¹ **【作者简介】**：汪曾涛，经济学博士，上海市发展改革研究院经济研究所副所长，高级经济师。马海倩，上海市发展改革研究院副院长，正高级经济师。徐逸菁，上海市发展改革研究院经济研究所经济师。

	疫情峰值当季		疫情峰值后一季		疫情峰值后二季	
	当季 GDP 增速 同比/%	较前一季度 变化/百分点	当季 GDP 增速 同比/%	较前一季度 变化/百分点	当季 GDP 增速 同比/%	较前一季度 变化/百分点
中国香港	-3.90	-8.60	-1.30	2.60	-4.50	-3.20
中国台湾	2.95	-0.92	4.01	1.06	-0.86	-4.87
日本	0.40	-0.40	1.60	1.20	1.50	-0.10
韩国	2.95	-0.10	3.07	0.12	1.32	-2.95
新加坡	3.90	-2.20	4.50	0.60	4.10	-0.40
越南	5.05	-0.17	7.83	2.78	13.67	5.84

资料来源：Wind 资讯。

(二) 疫情周期转换后特殊春节经济加持

一方面，疫情防控政策优化调整释放线下消费热度，显现潜在消费韧性。2023 年春节期间，上海住宿、旅游等行业均有亮眼表现。美团数据显示，假期前 6 天，上海日均消费规模同比 2019 年春节增长 66%。消费大数据也显示，全市餐饮业消费金额为 41 亿元，同比增长 4.9%。另一方面，“就地过年”的经济带动作用消退，上海春节经济较去年同期并未对一季度经济形成增量贡献。例如，上海线下消费支付金额虽较 2019 年同期大幅增长，但相较 2022 年则下降 12.3% (图 1)，留沪过年人员同比减少约 408 万人。^③

(三) 外需整体偏弱态势未改观

受欧美需求萎缩、需求订单减少、部分产能转移等因素影响，上海出口延续自 2022 年 11 月以来的下降态势，一季度出口增长-1.4%，低于全国 9.8 个百分点，其中笔记本电脑出口增长-51.7%，降幅较 2020 年四季度加深 36 个百分点，手机、集成电路、存储部件等相关零部件出口分别增长-15%、-10.7%、-31.7%。出口下滑叠加国内需求不足，工业生产受到重大影响，一季度全市规上工业总产值同比增长-3.3%，其中汽车、电子和化工制造业分别增长-2.6%、-25.3%、-8.1%。若出口持续疲弱还将影响交通运输、批发等受疫情冲击较大行业的反弹力度。

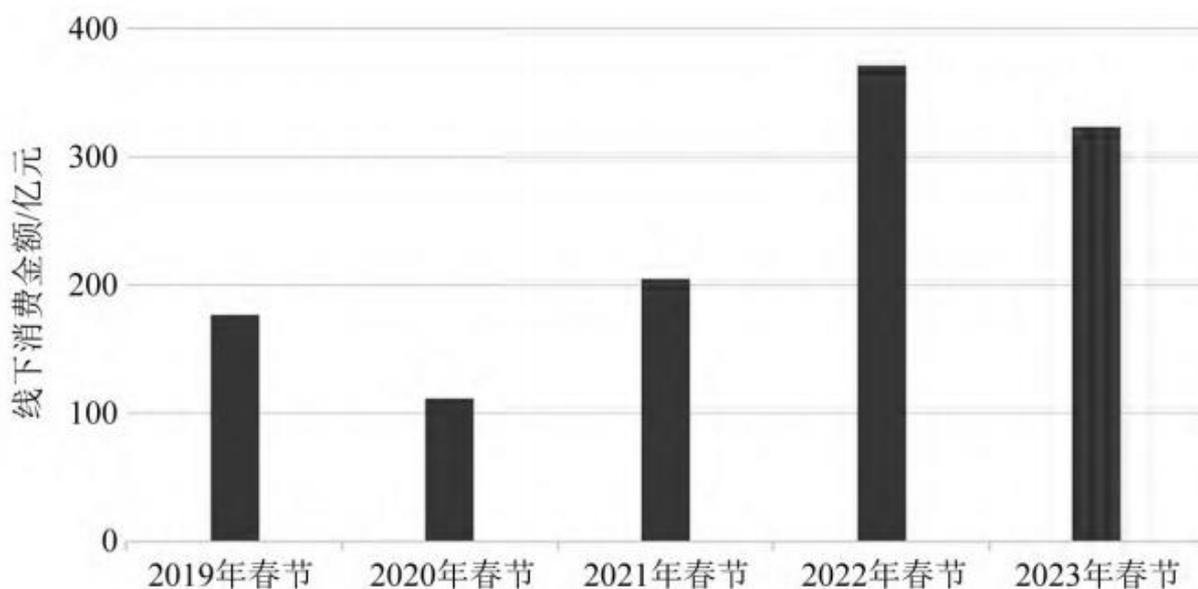


图 1 2019—2023 年上海春节期间线下消费支付金额情况

资料来源:上海市商务委、消费市场大数据实验室(上海)。

二、 巩固经济恢复势头须精准把握相关服务业超跌反弹窗口期和发力点

2023 年一季度上海经济尽管从数据表现看相对较低,但也迎来疫情这一短期最大负面因素退出后的重要转折,经济恢复向好的预期正在确立。从对标地区看,达峰隔季 GDP 增速均有不同程度回升,如中国香港上升 2.6 个百分点,中国台湾上升 1.1 个百分点。特别是餐饮、零售等受疫情冲击较大的行业领域将迎来反弹行情。由此,上海经济在疫情感染周期后也将迎来明显回升,加之 2022 年同期的超低基数,二季度将形成阶段高点。据初步测算,2023 年二季度上海 GDP 有望实现当季 12% 以上的增长,其中需要重点关注的是疫情相关服务业的反弹力度和持续长度。参照对标地区,我们重点分析 5 个疫情相关服务业走势,以期把握经济超跌反弹窗口期、找准行业恢复着力点。

(一) 批发零售业: 重点关注零售端的反弹延续和增势

从对标地区看,在疫情“过峰”后零售端即出现 1~2 个月的较强反弹。例如,中国香港 2022 年 3 月总销货值同比增速降至-13.8%,4 月防疫措施调整后迅速回升至 11.7%,自 5 月(-1.6%)起则重回本轮疫情前趋势水平(图 2)。再如,越南 2022 年 3—4 月防疫措施部分调整后,月零售额两年同比增速^④大幅升至 9.3% 和 22.9% (2 月为 2.36%),此后自 5 月起回落至 5%~7% 的常态水平(图 2)。批发端则与经济基本面关联度更高。例如,2022 年疫情防控期间,日本批发与零售业并未随疫情感染周期和防疫政策调整波动,而是受外需疲弱拖累呈现缓慢下行态势(图 3)。

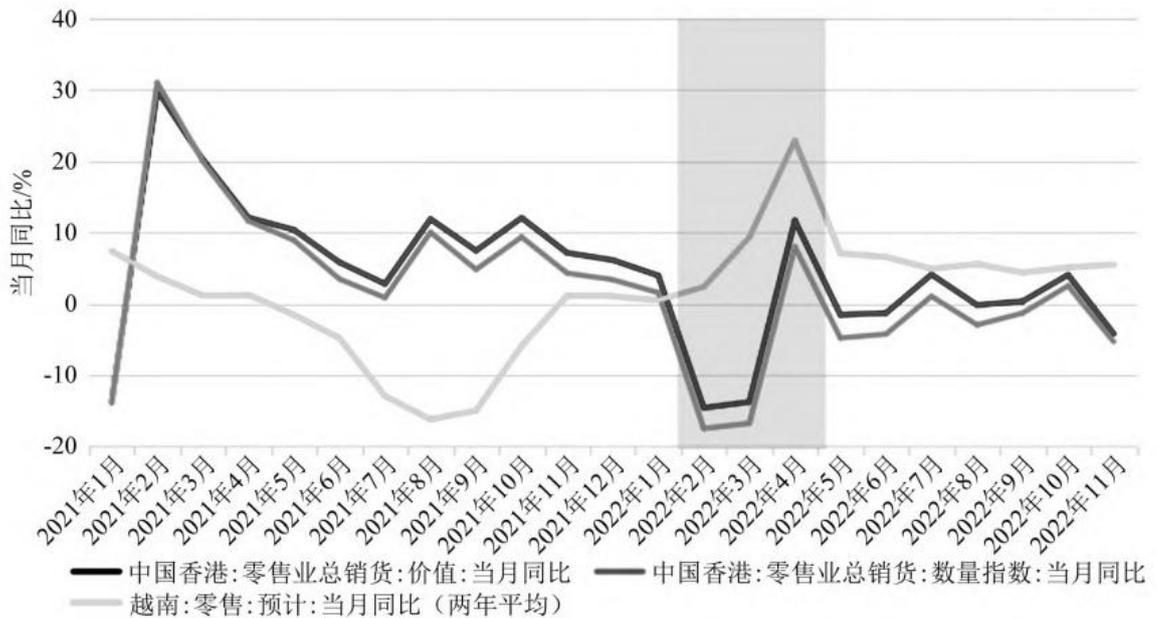


图2 2022年一季度受疫情影响中国香港、越南零售业表现

资料来源:Wind 资讯。

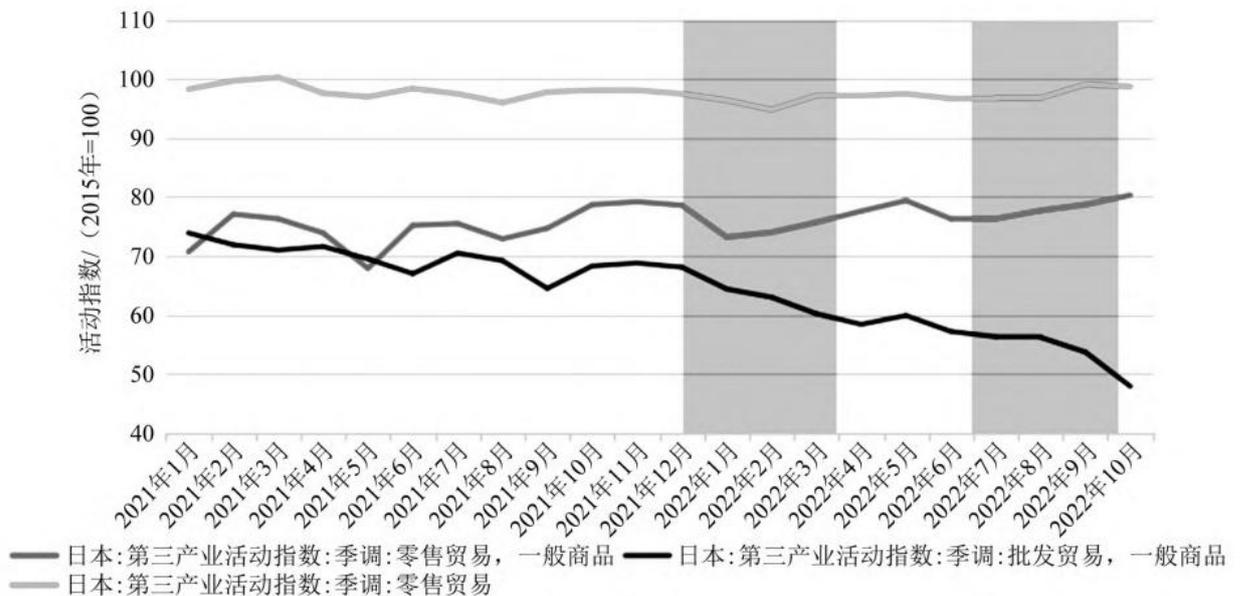


图3 2022年疫情中日本批发与零售贸易活动指数

资料来源:Wind 资讯。

2022年四季度,受金属价格走低、国内疫情散发影响,上海批发零售业整体面临较大压力,商品销售总额降幅扩大至7.8%(批发业下降8.4%,零售业下降0.7%),年末疫情感染高峰又对零售端造成明显冲击,12月上海社会消费品零售总额当月同比降幅扩大至8.3%(前值为下降3.9%)。2023年开局以来,零售端在疫情“过峰”后出现短期反弹,一季度社会消费品零售总额同比增长5.2%,由负转正,其中3月份同比增长25.5%。后续可从3个方面再用力:一是政策助力延续反弹时长。关注新一轮稳增长促消费政策的释放效应,发动重点商圈配合“小长假”及“五五购物节”,力争拉长线下消费反弹热潮。二是相关行业回暖增强反弹

力度。在前期出让土地、新房集中竣工等因素推动下，将顺势提振建材、家居、家电等上下游消费等。三是线上联动再添消费新场景。推动线下场景与数字化深度融合，推动元宇宙相关技术的应用拓展，从而实现线上消费再提速。

(二) 交通运输业：重点关注物流效率恢复及航运扩容和航空重启

从对标地区看，交通运输业受疫情防控措施影响较明显，防疫措施放松后，行业整体回归自身逻辑，仅客运部分在感染达峰中出现异常变化。例如，中国台湾、日本等地区在疫情感染周期中旅客数量降低，但货物运输则保持相对平稳(图 4)，行业表现与经济基本面高度关联。

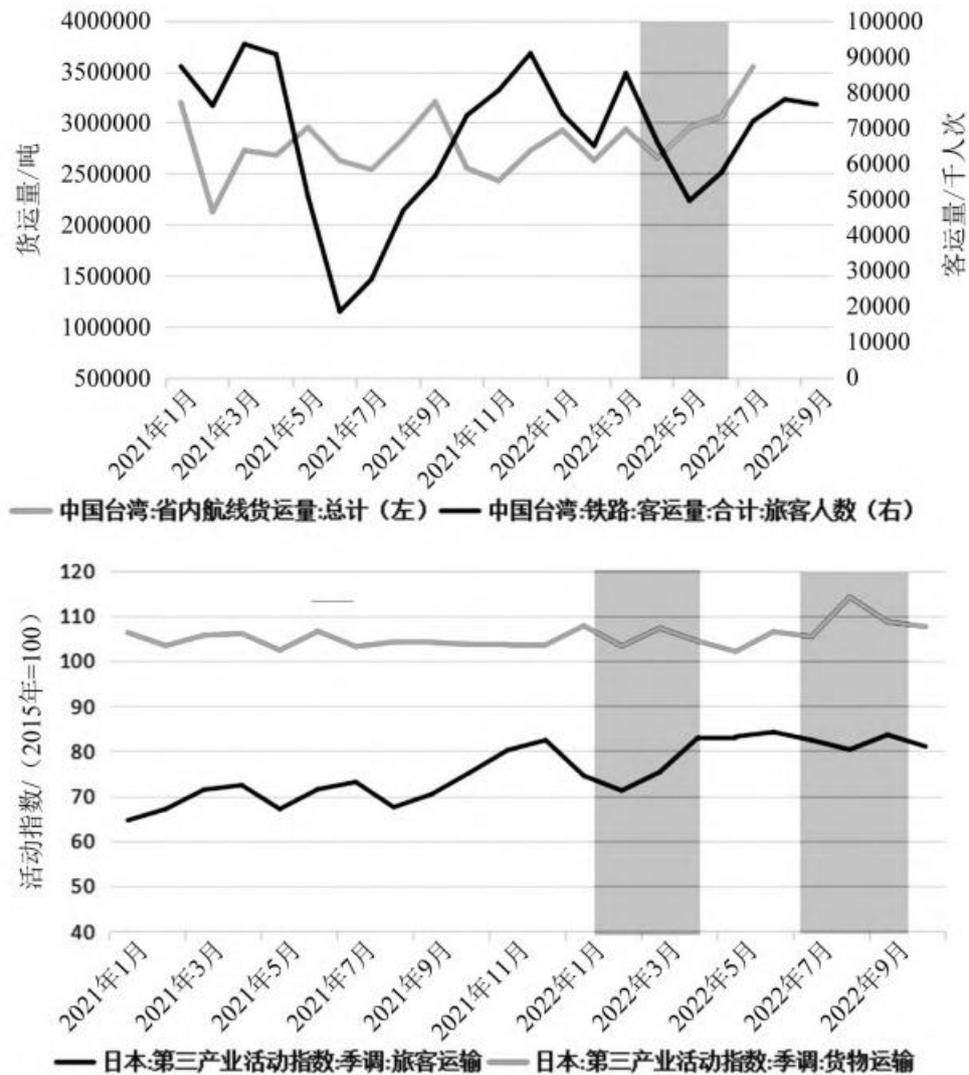


图 4 2022 年疫情中中国台湾客货运量(上)、日本运输活动指数变化(下)

资料来源:Wind 资讯。

2023 年一季度以来，上海市内容运和货运量均有所下降，截至 3 月 10 日，日均地铁客运量 824.9 万人次，较上年同期增长-9%；平均整车货运流量指数为 71.2，较上年同期增长-30.5%。物流效率损失是防疫措施影响经济循环的重要表现，交通运输行业从疫情重大影响中恢复常态并实现增长应着眼于物流效率的恢复与提升。重点可关注以下三方面：一是推动公路运输修复性增

长，同时优化物流组织体系，强化枢纽节点功能，为要素流动及经济循环的恢复提供基础支撑。二是推动航运市场扩容，依托功能性平台及关键市场主体，提升链接国际市场与国内市场的能力，提升数字化、自动化技术应用水平，强化“双循环”链接枢纽的基础支撑。三是推动跨境航空重启，助力航空市场有序回暖，进一步优化航线网络，顺势提升上海航空枢纽功能。

(三) 住宿餐饮业：在延续反弹热度的基础上跟进关注市场活力与创新转型

从对标地区看，行业表现与疫情规模高度反向关联，在防疫措施放松、感染达峰回落时，住宿餐饮业快速回暖且反弹力度通常较大，疫情反复时也更易受影响。其中餐饮端表现出更强的疫情敏感度，而住宿端还与商务、旅游市场的恢复相关联。例如，韩国住宿餐饮服务活动指数分别在 2022 年 3 月、9 月两次疫情高峰时出现下降，隔月即实现较快回升(图 5)，且超出 2019 年水平。再如，新加坡餐饮服务指数在 2022 年 3 月、7 月、9 月出现下降(图 5)，其后走势也超出疫情前水平。

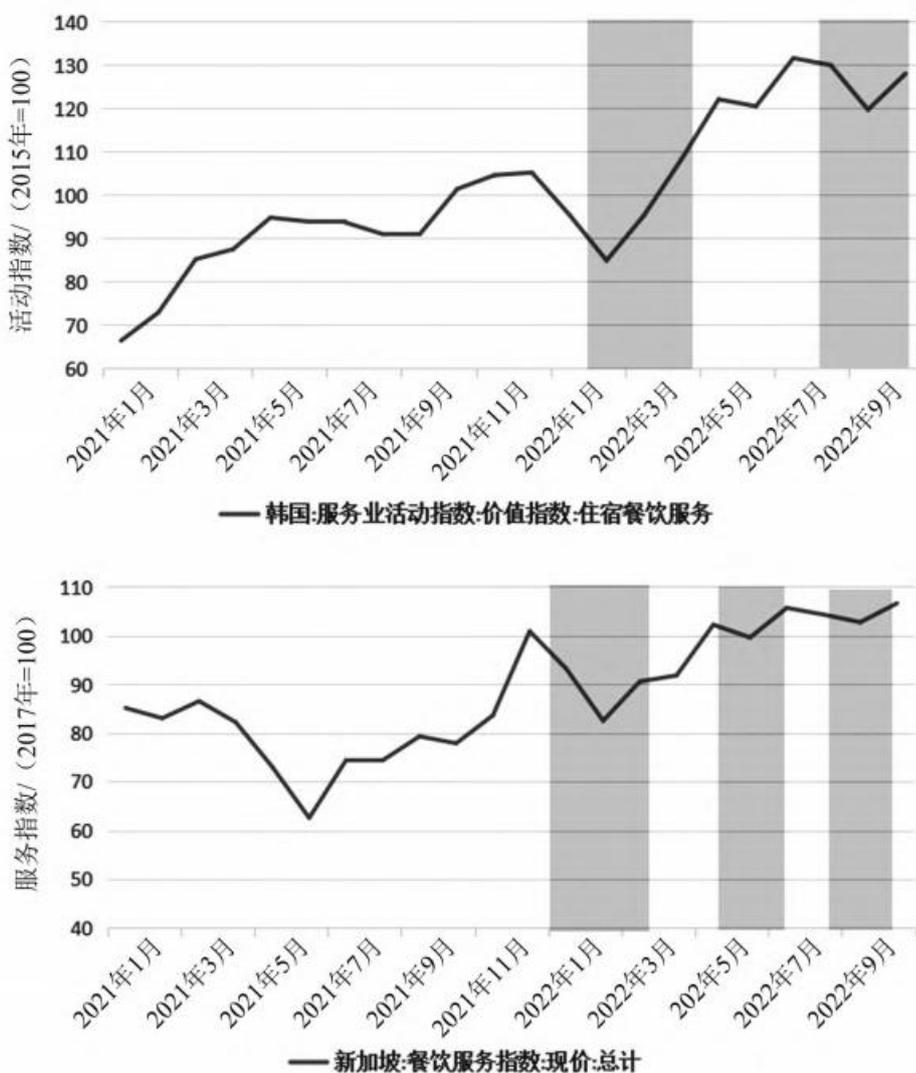


图 5 2022 年疫情中韩国住宿餐饮活动指数(上)和新加坡餐饮服务指数变化情况(下)
资料来源:Wind 资讯。

2023 年开局以来，上海住宿餐饮业呈现较好的恢复势头。例如，2023 年 1 月上海五星级饭店客房平均出租率达 40.1%，同比

提高 4.7 个百分点，这与对标地区感染过峰后的销售趋势是一致的，后续恢复的着眼点亦在于延续反弹热度，并与旅游、购物、文娱等业态形成较好联动。同时，还须关注以下两方面：一是做好疫情反复的应对预案。从对标地区看，疫情感染周期通常都不会只经历一轮，如中国台湾、日本、新加坡、韩国等在 2022 年都曾出现 2~3 轮感染高峰，间隔大约 4~6 个月不等。再如，美国、英国、法国等国至今已出现 5 轮及以上的明显感染高峰，且自 2022 年以来平均感染峰值间隔有所缩短(3 个月或更短)。反观上海，本轮感染周期已形成较强的免疫屏障，再次出现集中大规模感染的可能性较小，但仍不能完全排除其干扰，特别是在餐饮住宿等疫情高敏感领域，还应做好预案、稳住预期，持续关注中小商户的回归和营收恢复，尽量减少疫情对行业的扰动影响。二是挖掘新生活方式下的新消费潜力，疫情或已使居民生活方式发生趋势性转变，“懒宅”世代(主要为 95 后和 00 后)逐渐成为主流消费人群，外卖、预制菜等更受青睐。同时，疫情使健康生活愈发成为消费者的主流需求，轻饮食、“运动+休闲”型住宿等体验感更佳的新型业务获得更多关注，并悄然倒逼传统餐饮住宿行业加快创新和转型。

(四) 文化娱乐业：重点关注优质内容供给和消费场景创造

从对标地区看，防疫措施放松是行业触底恢复的关键拐点，如中国香港、越南等在防疫政策调整后均出现相关文娱活动场景的快速恢复(图 6)。同时文化娱乐类场所恢复正常运营后，主要文化市场(如影视行业)即回归自身发展周期，疫情反复对行业走势不再形成明显影响，内容供给成为制约行业进一步回暖的主要原因。以北美电影市场疫后恢复情况为例，2022 年上映影片数量仅为 2019 年的 54.0%，尽管票房收入连续两年大幅增长，但也仅恢复至疫情前的 64.8%，2019 年为 113.63 亿美元，2022 年仅为 73.68 亿美元。

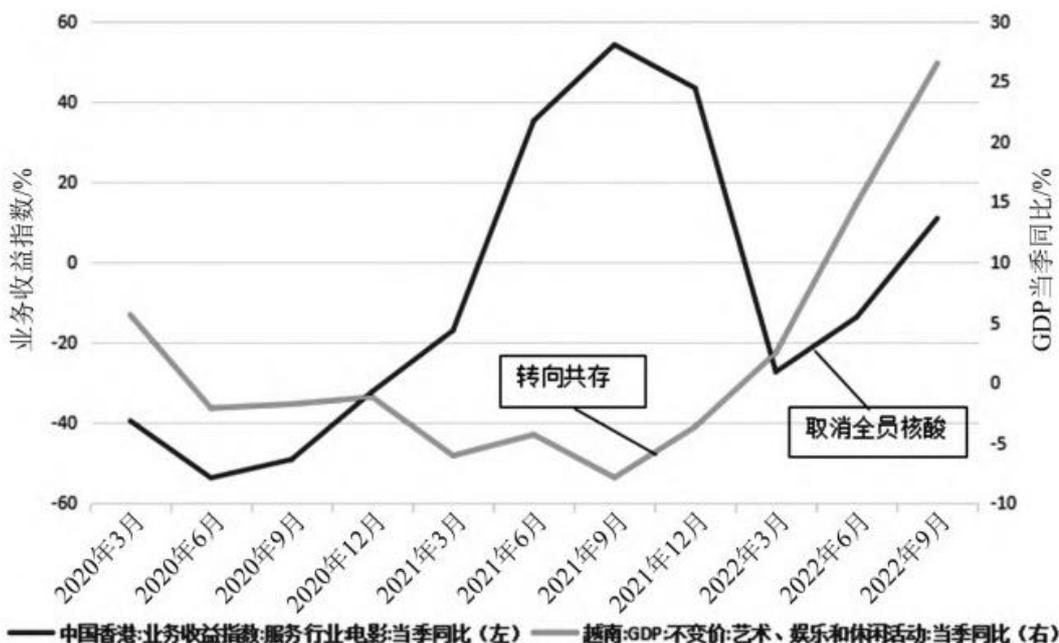


图 6 中国香港和越南文化娱乐相关指标表现

资料来源:Wind 资讯。

上海文娱市场的表现已显示出防疫政策优化调整后的恢复热度。其中春节电影票房累计达 2.62 亿元，创历史新高，居全国城市票房第 1 位；上海电影局公告显示，2023 年 1—2 月公司累计实现票房同比增长 10.43%，卖品收入同比增长 67.7%，人均卖品收入同比增长 79.7%；2023 年 1—2 月上海国际旅游度假区营收较 2019 年同期增长 96%，迪士尼乐园游客量较 2019 年同期增长 57%，3 月以来日游客量最高超过 8 万人。后续行业总体回归常态发展逻辑，上海应着眼于演艺之都建设的系统推进，从以下两方面下功夫：一是持续强化优质内容供给。文化市场的复苏与内容供给强相关，在市场需求迎来疫后释放的关键窗口期，有序安

排储备影片与演艺节目的排期上市，加快“上海出品”特色节目的开发，加快重启疫情防控期间停滞的海外优质内容对接及“首演”引入，丰富文化演艺市场供给。二是持续创造文化消费新场景。“Z世代”[®]消费群体催生更加个性化、多元化的消费需求，文化产品与数字化的融合提供了全新赛道，传统文化消费场景迎来加速转型，上海应加快发展沉浸式体验式消费新业态，积极培育新型剧场经济等现象级消费热潮。

(五) 旅游休闲业：重点关注服务供给和国际游客吸引

从对标地区看，出入境限制取消后，跨境旅游业出现半年左右的快速恢复期，但恢复至疫情前水平仍需较长时间。例如，2022年4月新加坡放开入境限制后，10月入境人数增长至4月的2.7倍，恢复至疫情前的70%左右；2022年3月越南重新开放国际旅游后，12月接待国际游客量超过70.7万人次，并保持较快增长；目前，日韩等国的国际旅客吞吐量恢复至疫情前50%左右。进一步观察跨境旅游恢复的人员结构情况发现，商务游的修复快于观光游，出入境限制取消后商务旅客即开始回流，并呈现先快后慢趋势；观光旅客的回流相对慢，但恢复弹性更大、持续时间更长。例如，2022年3月日本分阶段放宽入境管控措施后，商务旅客增速明显快于观光旅客，但7月后商务旅客增速明显放缓，观光旅客增速则加快，到9月观光旅客增速超过商务旅客，显示出较强的增长后劲(图7)。

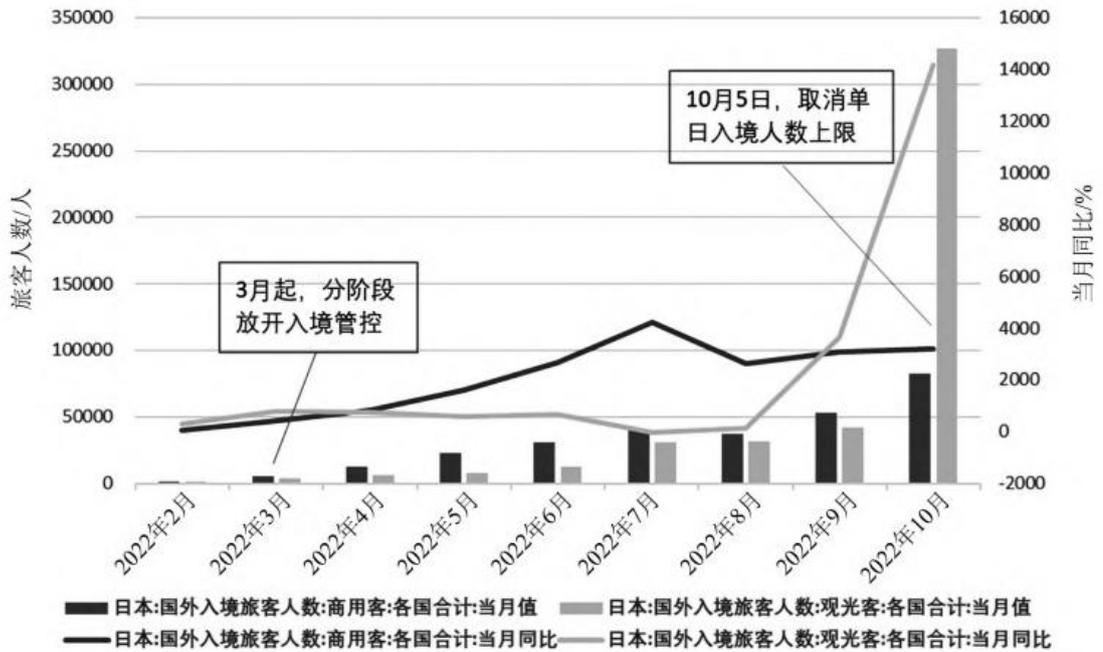


图7 2022年2—10月日本入境商务旅客和观光旅客数量变化

资料来源:Wind 资讯。

上海在优化防疫政策并度过感染高峰后，国内游热度已快速恢复，2023年春节假期累计接待国内游客1002万人次，其中主要旅游景区接待游客412万人次，恢复至疫情前约90%的水平，预计年内将逐渐转入平稳修复期。国际游虽然旅客规模小，但却是“创收重地”。2019年上海入境游客总数(897万人次)仅为国内游客数量(3.61亿人次)的2.5%，但其产生的外汇收入(83.76亿美元)相当于国内游客收入(4789.30亿人民币)的12.2%，入境游是上海旅游业的重要组成部分。目前，上海口岸出入境客流恢复态势已现，2023年1—2月累计增长26.3%(2月当月为62%)，但仍与2019年同期水平相差甚远(1月不到2019年同期的10%)。国际游还具有极大的恢复空间，是支撑2023年行业增长的重要动能。同时还应看到，我国防疫措施放开还将加快全球旅游业复苏。联合国世界旅游组织预测，2023年全球国际游客总人次或将恢复至疫情前水平的80%~95%(2022年为63%)。上海要充分把

握本轮国际游热潮，抢占亚太地区旅游复苏先机，推动旅游管理和服务水平再上台阶，加快建成世界级旅游目的地。接下来应重点做好两方面工作：一是加快旅游服务供给恢复。配合国内入境政策放开节奏，扶助在疫情中蒙受损失的旅游企业主体，加快恢复并新开国际航线，鼓励旅游企业重新推出国际旅游产品，加大上海都市游宣发力度，恢复跨境游服务供给。二是加大对国际游客的吸引力度。近期亚洲多地纷纷出台政策吸引游客，如中国香港向海内外旅客免费发放50万张机票、东盟各国简化出入境手续等，上海可结合促消费政策、上海旅游节等，适时出台在地旅游消费优惠政策，以更大力度吸引国际游客。

三、 推动经济常态化回归须持续关注供需双向联动和市场主体恢复

总体而言，2023年一季度上海经济平稳运行，并逐渐回归至经济基本面，2023年下半年将进一步向常态化增长水平回归，最终实现全年平稳增长。据初步测算，2023年上海GDP增速约为6.0%，其中疫情相关服务业有望产生正向拉动1.6~2.2个百分点。参照对标地区的复苏态势，在经济运行走出疫情感染周期并实现恢复增长的过程中，供需匹配和双向发力对于经济循环的恢复至关重要，这也是上海把握超跌反弹窗口期、加快经济常态化恢复必须高度关注的问题。

(一) 持续关注供给恢复及市场主体回归

从经济循环的角度看，经济恢复需要供需两端同步回暖，尤其要考虑供需两侧各自遵循的不同运行逻辑，即需求端更具弹性，而供给端则更具惯性，因此在呵护需求恢复势头的同时，也要重点关注供给端的恢复。从对标地区看，疫情感染周期后都不同程度地出现商品价格上涨，其背后就与需求短期集中释放而供给未能及时匹配有关。例如，2022年3月新加坡放松防疫措施后，当月CPI增速突破5%关口并一路攀升至7%(同年7月)，8月交通运输CPI高达20.2%(2019年同期为1.2%)。再如，2022年3—5月越南逐步放松防疫措施后，CPI增速逐月攀升，其中文体娱乐价格连上台阶(4—7月连续突破1%、2%、3%、4%)，6月交通运输CPI高达21.4%(2019年同期为-0.5%)。

上海供给端的恢复，首先应关注疫情防控期间受损市场主体的回归。2022年上海企业主体数量呈现“少增多减”态势，全市新设企业37.0万户，同比大幅减少21.5%，注册资本减少32.8%。与此同时，注销企业数量出现较快增长，2022年注销企业17.8万户，同比增长34.3%，其中，租赁和商务服务、科学研究和技术服务、批发和零售、建筑、交通运输、信息传输与技术等领域的市场主体损失数量居前。

(二) 跟踪关注用工市场、利润回升、预期改善“三条线”

市场主体面临用工、利润、预期等影响因素，三者互相交织，在短中长期内呈现递进关系，这与疫情冲击有关，也受疫情“长尾效应”影响，需持续恢复改善。

一是助力解决结构性招工难题。服务业从业人员短缺的情况已有所显现。2023年智联招聘数据显示，春节后酒店餐饮、娱乐休闲、旅游度假等行业招聘职位数快速反弹，其中酒店餐饮招聘职位数同比增长40%，排在各行业之首；娱乐休闲、旅游度假招聘职位数同比增长15.4%、1.7%。随着经济的持续恢复，企业用工需求上升，部分劳动密集型产业仍面临结构性招工压力，要着重跟踪以外来人口为主的就业领域。

二是降本增效助力企业利润改善。2022年在严格防疫措施要求下，企业经营成本明显抬升，且高频次核酸检测、物流增加中转环节、临时封控风险应对、企业用工不足等因素也使企业生产经营和供应链效率大打折扣，严重削弱企业利润，规上工业企业实现利润总额2788.19亿元，同比下降11.7%。此外，大中小企业增速分化情况也亟待改善，特别是中小微企业经营压力持续突出，2022年规上小型工业产值增速为-9.3%(大型为4.9%)。随着疫情对生产、消费场景的冲击逐渐减弱，由防疫造成的额外成本有望回落，新一轮稳增长政策接续出台，减税降费政策多措频出，企业利润有望筑底回升。

三是政策接续稳固企业预期。加快市场主体回归的关键仍是预期改善，自防疫措施优化调整后，企业信心出现一定程度的

恢复，但在外需持续走弱、疫情可能反复、内需方才恢复等多方面不确定性因素的影响下，企业预期总体仍处在低位。后续在密切关注国内外经济走势的基础上，应着力促进各类市场主体特别是外资企业、中小微企业和民营企业信心的恢复，维护来之不易的预期好转势头，落实好国家稳经济一揽子政策措施和上海多轮稳增长政策措施，聚焦扩需求、强主体、优环境，跟踪研究并适时出台接续政策措施。

参考文献

- [1] 刘政宁, 郑宇驰, 等. 海外疫情政策调整的经验及影响[EB/OL]. 中金点睛, 2022.
- [2] 樊磊. 越南防疫之路的教训——优化防疫模式之后的经济前景[EB/OL]. 国联证券, 2022.
- [3] 章鹏, 张影秋, 曾万霖, 等. 日本疫情后的消费复苏情况[EB/OL]. 野村证券, 2022.
- [4] 樊磊. 新加坡抗疫模式下的经济修复——优化防疫模式之后的经济前景[EB/OL]. 国联证券, 2022.
- [5] 谢亚轩, 张静静, 等. 越南、中国港台放松防疫后的经济、政策与资产——海外防疫放开观察系列[EB/OL]. 招商宏观, 2022.

注释

- ① 以 2022 年 12 月 5—9 日上海工作日地铁客运量数据作为比照基准。
- ② 以 2019 年 1 月 21—25 日上海工作日地铁客运量数据作为比照基准。
- ③ 2023 年上海春运对外发送旅客量约为 1486 万人次，2022 年同期发送量约为 1078 万人次。
- ④ 此处数据剔除 2021 年下半年超低基数影响，采用 2021—2022 年两年月零售额平均增速。
- ⑤ “Z 世代”通常是指在 1995—2009 年间出生的一代人。