



COVID-19 系列专题报告 No. 4

封城后中国经济的复苏：4月-5月¹

陈沁 何治国 谢长泰 宋铮

本文记录了四、五月中国解封后期经济复苏的若干事实。主要发现概括如下：

- (1) 卡车货运流量和线上消费呈现强劲的复苏趋势。
- (2) 线上岗位发布的恢复速度放缓、陷入停滞。
- (3) 小型企业一季度的线上岗位发布数大幅下降。四月大型企业和小型企业在线上岗位发布上的差异有所缩小。

¹ 陈：数联铭品，成都，中国；何：芝加哥大学，布斯商学院；谢：芝加哥大学，布斯商学院；宋：香港中文大学，经济系。感谢陈菁菁，Jin Han 和 Feng Lin 的帮助。



一家私营卡车运输公司为我们提供了涵盖中国 336 个省市（共计 342 个）的约 200 万辆卡车的实时 GPS 数据。图 1 绘制了全国城市间卡车的日度流量，2019 年 1 月 1 日标准化为 1。可以发现，1 月下旬到 3 月中旬城市间卡车流量有大幅下滑。经计算，一季度中国城市间卡车流量同比下降了 15.8%。3 月下旬城市间卡车流量获得完全恢复并开始持续增长。4 月和 5 月的同比增长率分别为 12.6% 和 10.4%。

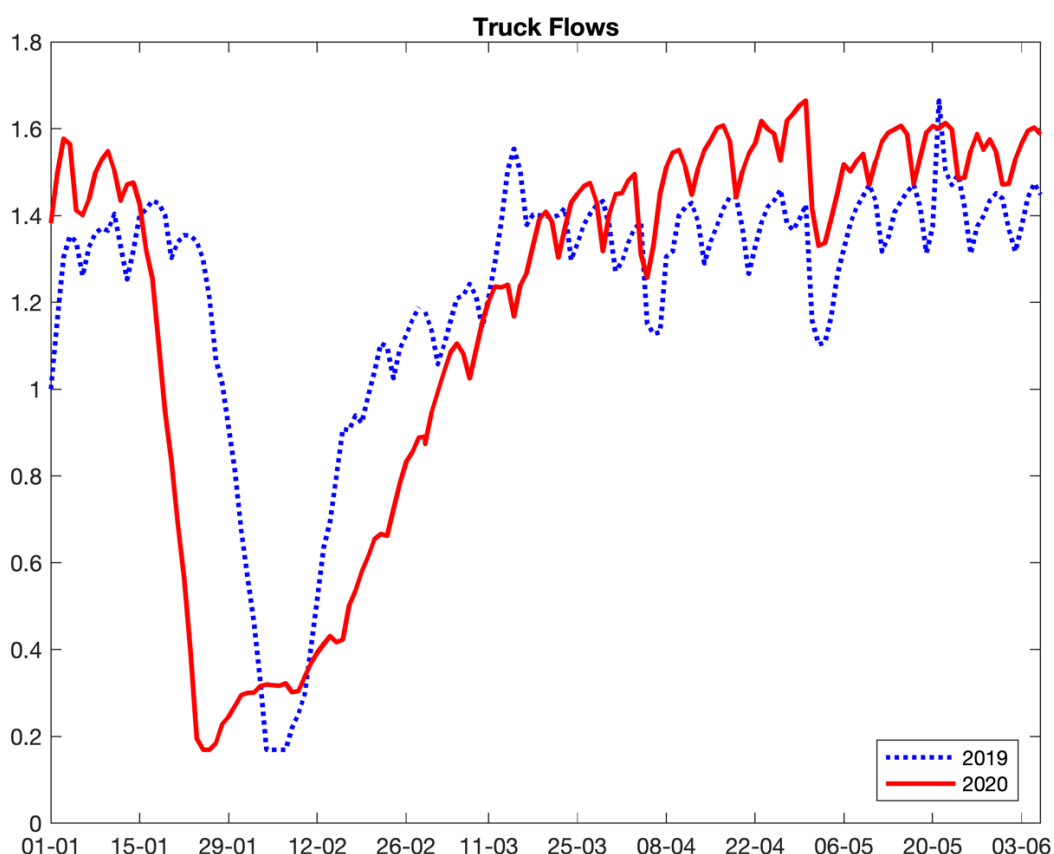


图 1：全国城市间日度卡车流量（2019 年 1 月 1 日标准化为 1）。蓝色虚线和红色实线分别用于表示 2019 年和 2020 年的城市间卡车流量。数据来源：G7。

之前的报告记录了 3 月份线上岗位发布的恢复情况。但是，与一季度后城市间卡车流量的强劲增长不同，线上岗位发布数在 4 月份停滞不前，直到 4 月底才达到去年同期的水平。图 2 绘制了来自中国两个主要线上招聘平台的新岗位发布数²。一季度新岗位发布数大幅下降。2 月中旬到 3 月中旬新岗位发布复苏强劲，此后增长放缓陷入停滞。4 月份的每日新增的岗位发布数比去年同期减少了约 20%-25%。

² 我们在附录中分析了这两个线上招聘平台的代表性。需要注意的是，招聘样本中大型企业数量过多，有被过度代表的问题。

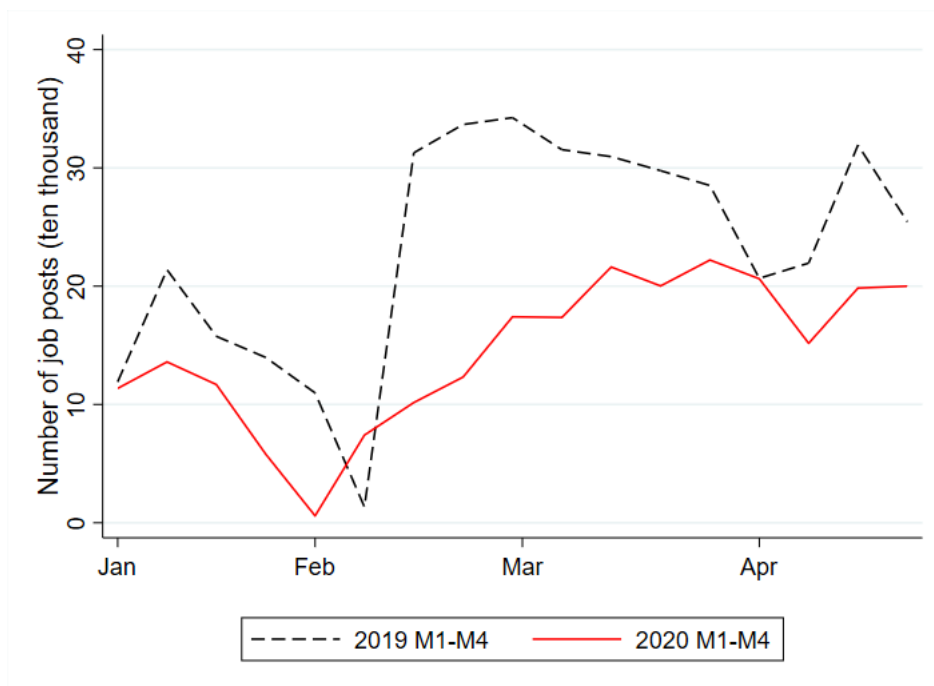


图 2：1月-4月线上岗位发布数量。黑色虚线和红色实线分别绘制了2019年和2020年1月-4月每日新增岗位发布数量。数据来源：中国两个主要的线上招聘平台。

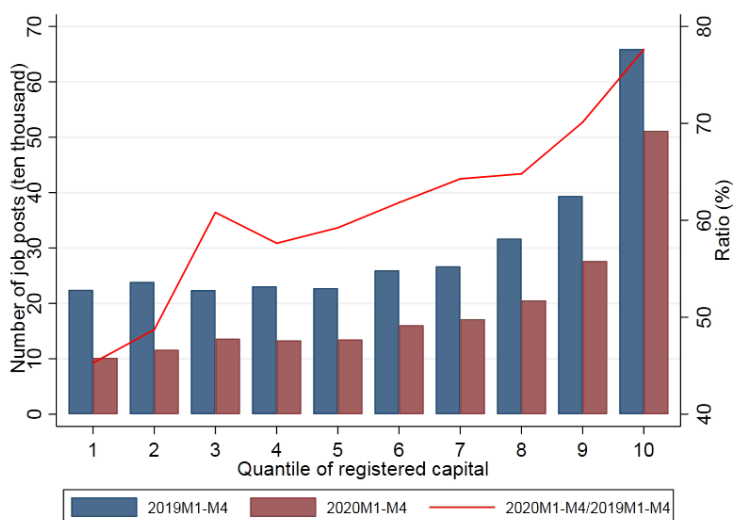


图 3：1-4月制造业企业和服务业企业的线上岗位发布（按企业规模划分）。我们根据2019年的企业注册资本数据将企业分为十个层级。左侧和右侧的柱子分别表示2019年1月至4月和2020年1月至4月的新岗位发布总数（左y轴）。实线表示2020年新岗位发布数与2019年同期数据的比值（右y轴）。数据来源：中国两个主要的线上招聘平台和2019年企业注册数据。



之前的报告记录了一季度小型企业销售有较大幅度的下降。我们在岗位发布中也发现了类似的不对称性。首先，我们将在线上招聘平台发布岗位的企业与2019年企业注册数据中的企业进行匹配。匹配成功后，企业规模可以通过匹配样本中的注册资本来衡量。其次，根据企业注册资本将公司划分为十个层级。图3显示，无论企业规模大小，前四个月企业的新岗位发布数均少于2019年。对于小企业而言，这一下降趋势更为明显。例如，按注册资本计算，排名后20%的公司的新岗位发布数下降了一半以上，而排名前10%的公司的新岗位发布数下降了不到四分之一。

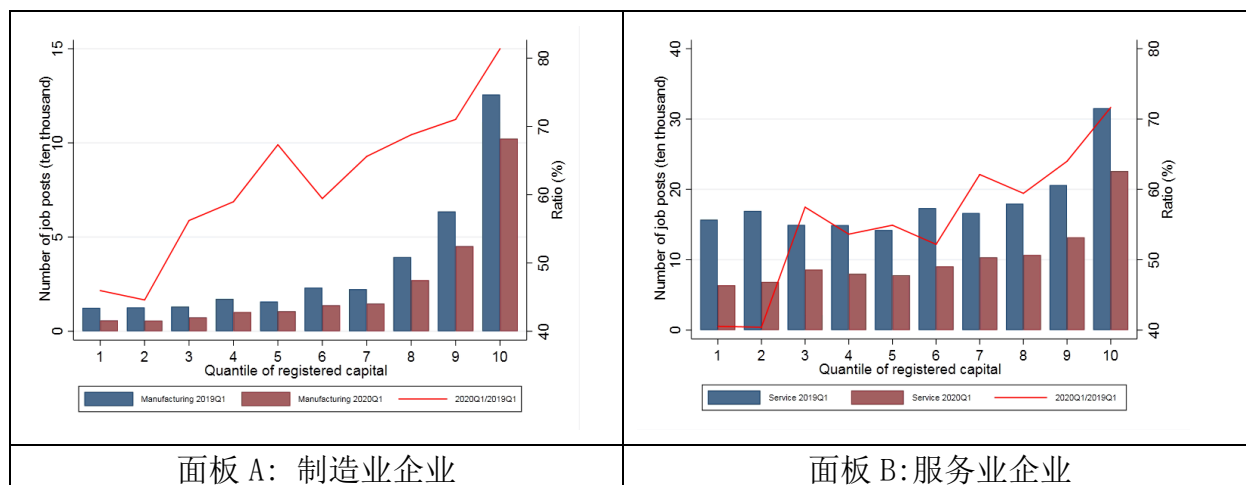


图4：一季度制造业企业和服务业企业的线上岗位招聘（按企业规模划分）。面板A和B分别为制造业企业和服务业企业。新发布岗位的数量仅是一季度数据（与图3中的前四个月相反）。其他设定与图3相同。

图4的面板A和B分别展示了根据企业规模分类的制造业企业和服务业企业在一季度的线上新岗位发布数量。可以看到，2019年小型服务业企业在新岗位发布上的贡献要比小型制造业企业大出许多。尽管如此，制造业和服务业均呈现出小型和大型公司之间新岗位发布数下滑的不对称性。

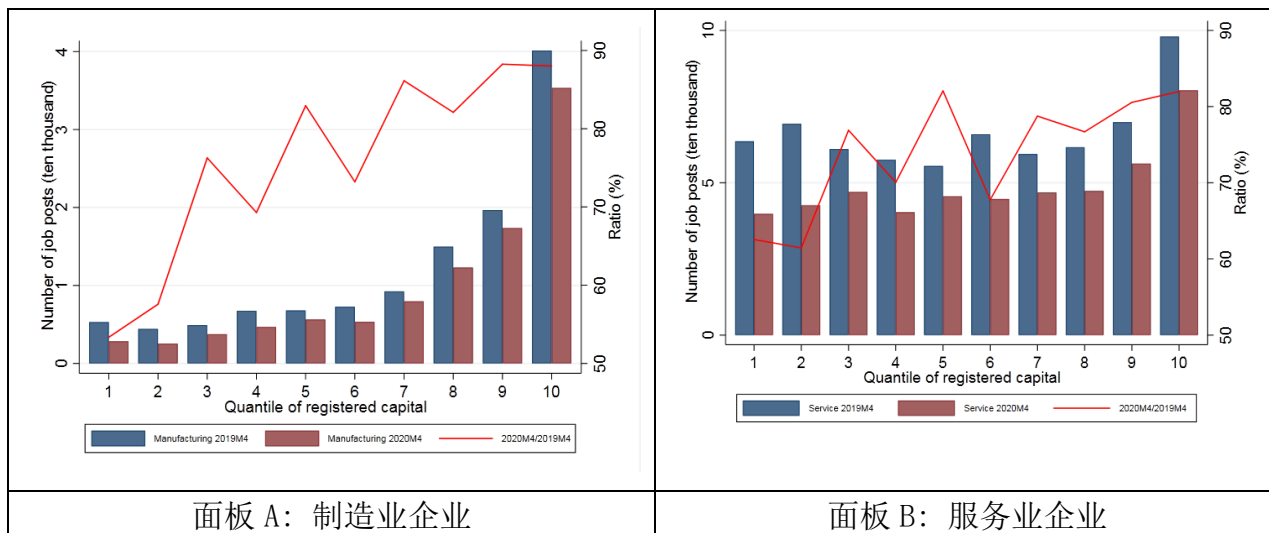


图 5：4 月制造业企业和服务业企业的线上岗位招聘（按企业规模划分）。面板 A 和 B 分别为制造业企业和服务业企业。新发布岗位的数量仅是 4 月份数据（与图 3 中的前四个月相反）。其他设定与图 3 相同。

图 5 绘制了 4 月线上招聘平台的新岗位发布数。有趣的是，招聘的复苏与企业规模的不对称性相关。这一差异对于服务公司而言尤为显著。一季度服务业中前 10% 和后 10% 的企业的新岗位发布数下降幅度分别约为 30% 和 60%，4 月份这一数字分别约为 20% 和 40%。这表明遭受重创的小型服务业企业的恢复速度更快。

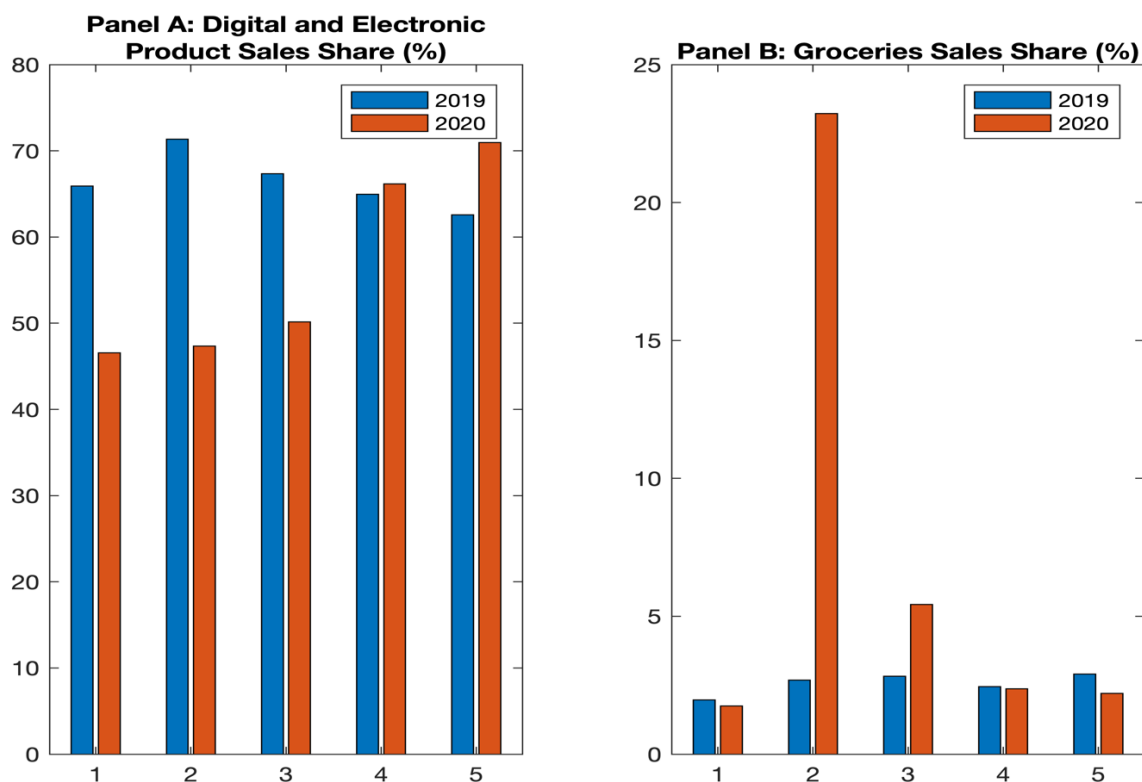


图 6：线上销售份额（按产品类别划分）。该图绘制了 1 月-5 月数码电子产品（面板 A）和日用品（面板 B）的销售份额。数据由中国某主要电商平台提供。

我们的第二份报告记录了由中国某主要电商平台商品类别销售数据得出的 1 月和 2 月消费模式的变化。特别地，数码电子产品销售大幅下滑，而日用品销售迅猛增加。我们在图 6 中更新了这一数据。可以看到，4 月两种商品的销售份额恢复到去年同期水平。5 月份数码电子产品的销售份额继续上升。4、5 月该电商平台的总销售额分别同比增长了 13% 和 23%。



附录

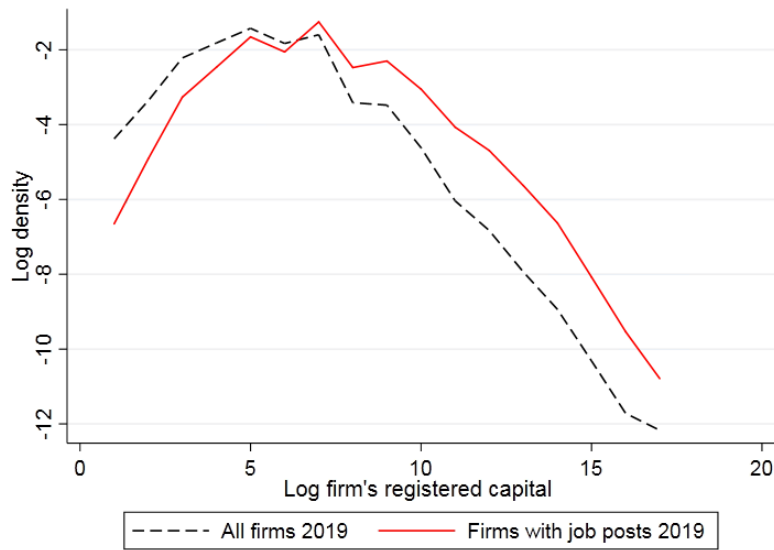
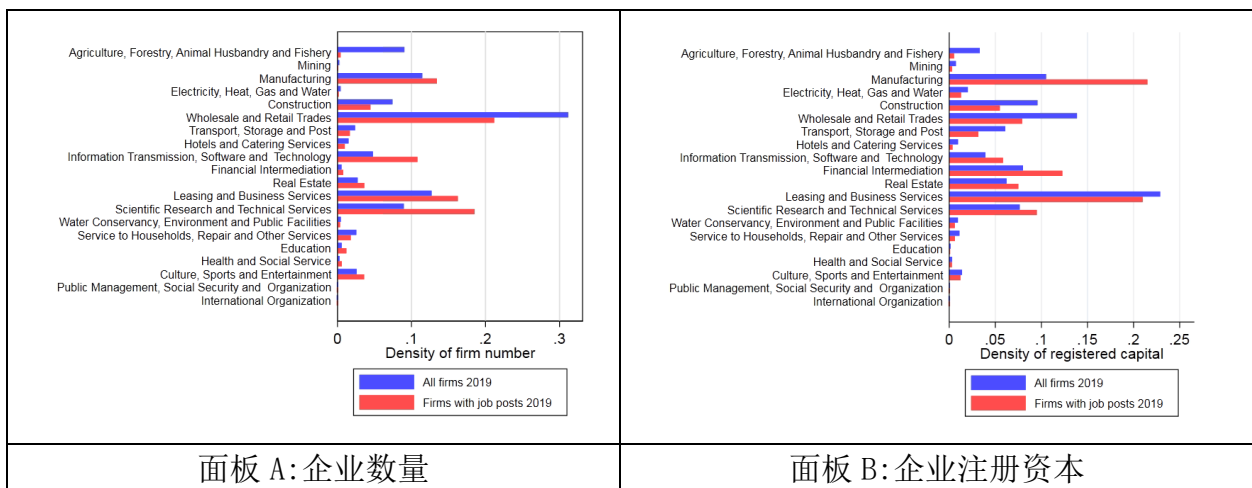


图 A1: 企业规模分布。黑色虚线绘制了 2019 年企业注册数据中所有企业的注册资本分布。红色实线绘制了中国两个主要的线上招聘平台中发布岗位的并与 2019 年注册数据相匹配的企业的注册资本分布。



面板 A: 企业数量

面板 B: 企业注册资本

图 A2: 企业注册的部门分布 (1 位代码部门分类)。面板 A 描绘了企业数量的部门分布。 面板 B 描绘了企业注册资本的部门分布。



白重恩

联合主任

baichn@sem.tsinghua.edu.cn

宋铮

联合主任

zsong@cuhk.edu.hk

香港中文大学—清华大学中国经济联合研究中心

香港沙田香港中文大学利黄瑶璧楼, 9层

<http://research-center.econ.cuhk.edu.hk>

电邮: CT-CCE@cuhk.edu.hk

电话: +852 3943 5423

相关报告

- (1) [疫情下中国“封城”对经济影响的初步估算](#)
- (2) [疫情下中国“封城”的经济影响](#)
- (3) [中国封城后的经济复苏](#)