

## 壹、前言

在景氣寒冬中，全國民眾不分朝野共體時艱，對政府挽救景氣的各項措施，抱持樂觀期成、有反對意見也不忍大聲發表的態度。就在這樣的氣氛下，完成了台灣有史以來第一次發放消費券的創舉。在大部份民眾感受不到發放消費券加諸在每個人身上的成本，欣喜地將這3600元視為意外之財時，中央政府躊躇滿志，宣佈將在六月視情形決定，是否發放第二次消費券。吾人認為，大部份民眾都已吃到糖果時，應是可以冷靜討論此項措施的時刻，以作為政府是否二次發放消費券之參考。

## 貳、消費券是否達到消費的增加

### 消費券

當然是一定會被「消費」掉的

，問題在於它能不能「增加」消費。1111人力銀行在去年11

月針對上班族所做的調查指出，約有六成的人表示他們會用消費券來取代原來的消費，而非增加消費。消費券可在一月十八日到九月底之間使用。一般人的食衣住行各項消費，在這八個多月期間，遠超過3600元，所以很容易只是取代原來的消費。

假設有一個省吃儉用的人，八個多月期間本來只會花1000

元，而且他沒有和其他人交易把消費券變

現，那為了把3600

元花完，他的消費在這段期間肯定會增加2600

元。可是在現實上幾乎沒有這樣的人，錢又花得很省，又沒有朋友可以作消費券變現的交易。因此3600

元的消

費券，在容易取代原有消費又容易變現的情形下，對民眾的意義可視為等同現金。

政府打的算盤是，倘若消費者面對一個5400

元的產品，平常買不下手。但有了消費券，等於1800

元就可以買到。於是消費者不但把3600

元的消費券花掉了，還受到鼓勵多花了原

本不會支出的1800元。這種所得增加3600元，消費增加了5400元，為1.5

倍，我們稱做邊際消費傾向為1.5。然而真的會花到1.5倍嗎？根據主計處2006

年的資料，國人的邊際消費傾向約0.36(是項統計數字仍有許多爭議)，即增加3600

元的收入，消費會增加1296元，而非5400元。

### 事實上所

謂「邊際消費傾向

」，和人們的心理有關。影響消費多

寡的是恆常所得的增加(是不是永遠每年都有這筆額外的錢)，至於一次性(或有限次數)

的所得變化，對一個人有生之年總財富的變化影響不大。當景氣差時，人們對未來預期悲觀，會傾向將多的所得拿來儲蓄。這個情形美國和台灣是一樣的。美國由於財務槓桿過高所造成的金融

危機，已使得經濟學家認為政府刺激景氣的措施，會由於人民儲蓄率的上升，而收不到預期的效果。

我們並不是認為這3600

元所得的增加，完全無法增加消費。只是它恐怕不像政府先前所估計的那麼樂觀。消費券能夠增加的消費，主要來自以下原因：

一、如凱因斯所提，窮人的邊際消費傾向較高。對無法儲蓄、連生活必需品都欠缺的人來說，或對所謂的「月光族」而言，消費一定會增加3600元。但若是被變現拿去還債，還債也視為儲蓄而非消費。

二、利用人民的錯覺。前已述及，消費券幾乎等同現金。但總是有人不會把它看成現金。經濟學家常舉的例子如下：

例一，如果你決定花1000元全家去看棒球，結果當天早上不小心弄丟了1000元，這時你會不會改變去看棒球的計劃？

例二，如果你決定花1000元全家去看棒球，票買了後去逛街時，把票弄丟了，你會不會再花1000元買票進場？

這兩

個例子，

重點不在於答案是

會或不會，而是兩個情形下的答案是

否相同。同樣是損失了1000

元，所以一個人的反應應該是相同的。但是有些人對例一和例二的答案不一樣，因為在心理上，例二會把看棒球的成本視為2000

元，所以在例一還願意去看，在例二變成不願意。其實在例二中，即使不去看棒球，口袋裡還是少了1000

元。這種在例一和例二反應不一樣的人，即會有錯覺的人，比較容易因為消費券而增加額外的支出，因為不覺得是花掉自己的財產3600元。

三、引導商家利用消費券話題，推出促銷方案，刺激消費。但是商家本來有促銷決策時就會找尋或創造話題。促銷的實際效果是商品的單價變便宜了，增加消費者購買的欲望，消費的增加並不來自於消費者所得多了3600元。同時，如果購買的內容全為生活必需品，例如柴米油鹽，它只是讓短期的銷售數字上升，未來數月卻會降低。

由以上三個原因，我們認為這一次發放消費券，對於消費的提升，確實有些微的效果，但不會像政府預想的那麼顯著。直接給人民現金或減稅，免除消費券製作、發放的成本，第一個原因仍會存在，但錯覺或話題的效果則會消失。

## 參、消費的增加是否有乘數效果

乘數效果是指，一個人多花了3600元，多賺到這3600元的人又會拿去把它花掉(一部份)，如此循環數次，整個消費的增加不只原來第一次的3600元。乘數效果的計算，若國人邊際消費傾向為0.36，乘數效果為 $1/(1-0.36)=1.5625$ ，此即政府預期消費券刺激的消費為總發放金額1.5至1.6倍的原因。所謂可增加GDP約0.66%，也是基於這樣的計算基礎。

按近日政府所製作的宣導短片來看，某人使用消費券買了一台電腦，使得另一個電子廠的員工保有工作(這個有工作有薪水的人，又會拿他的薪水再去消費)，僅是一個理想的例子。實際上，如果第一個使用3600元的人是拿去買國外產品，賺到錢的人是外國人，他的消費也在國外，那台灣本身的乘數效果當然無以為繼，這也是目前其他想刺激消費的國家所面臨的難題。以一月十九日《商業周刊》所載美國一經濟論壇，其中一位經濟學家表示，美國政府對人民減稅，若人們只是把錢花在超市的中國製商品，政策亦無法達到效果。

要達到乘數效果，或者至少讓增加的消費多循環一次，最保險的作法是限定使用範圍在國產品，包括本國人所提供的勞務。然而這次匆促在舊曆年前實施的政策，不及細緻地設計這樣的機制。我們也可以想像，以這樣的標準去認定消費券的使用範圍，界定上肯定引起許多爭議，所以並不容易實行。

看看現在 DRAM一顆跌到多少錢？看看華碩在上海倉庫堆了多少賣不出去的Eee PC？這些都和全球景氣息息相關。光是靠台灣的消費者在零售業、量販店採購今年上半年全部所需的醬油、泡麵、衛生紙，或買一些進口品，對以外銷為主的產業來說，實在難有貢獻。消費券的影響能靠乘數效果放大多少，有待觀察。

政府預期六月時評估消費券實施成效，決定是否發放第二次。然而那時主計處統計的數據，最多到今年第一季。第二季是否因消費者提前採購因此反而衰退，尚難以得知。第一季消費即使有所提昇，鑑於社會科學無對照組的特性，關於消費券造成多少乘數效果，恐怕也會得到來自十位經濟學家的十一種意見。屆時的決策程序，恐怕依舊淪為先有結論，再找證據及學者背書的

劇本。

#### 肆、政府舉債的長期影響

此次消費券八百多億的預算，是以政府舉債支應。吾人體會政府救經濟的急迫性，因此把預算平衡這目標放到次順位。但台灣各級政府自郝院長的六年國建以來，一直陷於財政赤字的窘境。是以今日不論誰執政，無米可炊，面對的預算法定支出及利息支出，就讓施政的理想無以施展。

舉債的原則是預期後代子孫會更有錢(?)

，所以先借一些給今天較窮的這一代來用。舉債的用途也是希望從事一些有效益的投資或基礎建設，以促使經濟發展。但是舉債發行消費券，卻有以下事項值得探討：

##### 一、消費券的發行，實無

法與促進產業發展相連結，能隨之增加的稅收(營業稅、所得稅等)

亦十分有限。這八百多億，遲早要靠其他的財政盈餘或稅收來支付。此並非自償性的公共投資。你可以想像未來得加稅來還這筆錢，或未來可以減的稅為了還錢而減不了。

二、所謂向後代子孫借錢，其實並不存在一台時光機，讓我們到未來去搬錢。這些發行的公債，仍是用「現在」的錢來買的。公債的發行是把現在的錢由民間轉移到政府手上，對民間的資金(投資、消費等)

會產生排擠效應。根據「李嘉

圖均等定理」，政府的各種融通方式(

消費券的金額亦可以提高貨幣供給來融通)

，對市場的效果大同小異。不管政府用什麼方式來融資，消費刺激多少不知道，排擠效果就先發生。

咸認的經濟理論，亦不盲目認為增加政府支出的財政政策，或增加貨幣供給的貨幣政策，是促進經濟成長或就業的萬靈丹。歷史上不乏許多盲信發行公債、增加政府支出這種特效藥，結果失敗的例子。如雷根的星戰計劃，造成美國龐大的財政赤字，使得美國經濟一直到柯林頓時代才好起來。擴大政府支出像是雙面的利刃，不一定會達到想要的效果。台灣政府因為負債過於龐大，主權評等展望甫於日前遭惠譽調降，馬上對投資造成不良影響。台灣同時既實施減稅，又增加政府支出，如某財經媒體所喻，父子同時騎在驢上，只會把驢累死，那裡也去不了。

尤有甚者，由於我國稅制缺陷，薪資

所得者負擔了綜所稅的75%

，富人過度且重複免稅。政府債台高築，不只因稅制結構而惡化貧富差距，並且如前所述，邊際

消費傾向高的族群(所得較低的人)多繳稅，反而不利景氣的刺激，有違消費券發放的原始目的。

## 伍、二次發放消費券的條件

綜上所述，我國首次發放消費券，可能產生些微的刺激消費的效果。但是消費增加有限、可能只是提前消費、乘數效果不明顯、增加政府財政負擔等問題，使得這項措施對景氣的影響仍難定論。

再者，消費的增加若是來自於消費者3600元禮券不是花自己錢的錯覺，或僅是提供商家促銷的話題，這兩個因素將在再次或多次發放時消失。因為錯覺不會永遠存在，一直重複的事件也不會成為有效的話題。

政府更不宜藉由民眾對再次或多次發放消費券產生錯誤期待。錯誤期待會讓民眾對自身所擁有的資源配置產生扭曲，不利長期的消費成長。例如短時間的過度消費，因為有利息支出或減少投資，使得未來減少的消費幅度更大。錯誤期待也會讓廠商的資源配置產生扭曲，例如商品庫存的規劃。

不管消費券的預算來源為何，發放消費券本身確實略有縮小貧富差距的作用。因為同樣是3600元，它佔窮人的所得比重較高。就像是抽取每人金額相同的人頭稅會擴大貧富差距。消費券和其他提振景氣的措施相比，明顯而快速。但政府已有了獎勵投資條例(及其後的替代方案)這樣讓稅收減少的鴉片，不該再沈迷於讓支出增加的消費券這樣的鴉片。更何況消費券的預算來源，反過來又有擴大貧富差距的惡果。

倘若政府仍決意二次發放消費券，至少以上提出的諸事項，應該有更完善的作法，例如：

一、某種程度的排富條款設計。窮人的邊際消費傾向高，消費券發給窮人，更能收到宏大的效果。它對部份幾乎活不下去的家庭來說，更是有救急的功能。根據兒福聯盟的調查，高達九成的弱勢家庭，把消費券花在白米、蔬果、肉類、罐頭、奶粉等民生基本物資。而且高達八成以上的家庭，會在一個月以內用完。發給富人，只是增加印製及發放的成本。要排除愈大比例的富

人，條款本身的爭議就愈大。這一點，我們認為政府尚有充裕的時間，與社會大眾取得共識。

二、獎勵國產品或由國人所提供勞務的購買。如果無法明確界定，至少以負面表列部份舶來品或高價炫耀性商品。

三、考慮以現金代替消費券。對邊際消費傾向高的人來說，一樣會有效果。想要變現的人，給他消費券他還是有辦法變現，故實不須多花此印製及發放的成本。現金的發放像退稅一樣，利用民眾帳戶或國庫支票，皆為現有省時省力方式。(但是現金無法達到針對國產品購買的目的。)

四、財源改以自政府其他處預算摺節加以支應，而非以特別預算舉債。政府預算用於公共建設部份，尤其國內之工程與採購，當然本身對景氣有正面幫助。景氣寒冬，政府及國營事業亦不宜於此時採行人事減肥措施。然而對外採購部份，最典型為武器採購，或核能機組採購，對國內廠商既無實質幫助，反而產生資金排擠效果。關於馬英九先生在就任總統之就職典禮後，第一件事就是向美方「報告」保證提升台灣對外之武器採購金額(保證佔GDP3%)乙事，尤其令國人感到十分遺憾。

五、未來相關預算的立法及審議程序，仍應經朝野充分的協商與溝通，尤其不可倉促和其他數千億元的公共建設預算包裹起來。儘管發糖果的事沒有人敢反對，仍應以合法合理的方式，取得府院共識。

陸、政府仍應著重於貧富差距問題及產業基本面

消費券這項措施是短期而表面。經濟要轉好，固然和全球景氣有關，也和台灣本身是否仍具國際競爭力有關。消費券這種讓人看到好處、看不到成本的政策，不應為政府當做救經濟的重大藥方。吾人認為，改善台灣經濟基本面，仍不外縮小貧富差距及調整產業結構兩方面。

窮人的邊際消費傾向高於富人，有效改善貧富差距，刺激消費的效果遠大於發放消費券，這是1933年的救世主凱因斯老早提出的觀念。政府若要舉債增加公共支出，用於改善偏遠地區的教育、醫療及公共建設，都是改善貧富差距的有效作法。甚至直接補貼企業用本勞取代外勞的人事支出，

降低放無薪假或被資遣的人數，也可有效提昇國內消費。

產業結構方面，不景氣的時代正是檢視產業結構是否合理的時機。不具競爭力、無效率、耗能的產業，在景氣寒冬中將無所遁形。半年多以來，馬政府一直讓人有人云亦云、毫無主見的印象。但在面臨企業壓力下，馬總統仍指示會計十號公報照預定時程實施。吾人願就此事，給予馬政府最大的掌聲，也預期政府對於外銷產業的困境，能同樣具有智慧與定見。舉例而言，可能引起系統風險的DRAM

產業，政府是否介入紓困，眾說紛紜。吾人認為，即使政府出手協助，除了針對原經營團隊所要處理的道德危險課題，仍要在確認技術的來源與開發掌握在自己手上，才有動用納稅人資金的意義。

假使這次一次性的消費券發放產生效果，甚且借此提升國人信心，政府仍應儘速採行關於提振經濟基本面的諸項方案，台灣方能有效走過全球性的經濟危機。

作者高偉欽為台灣新社會智庫財經組編輯