



数字消费券助力中国经济“疫”后恢复的实效分析

◎执笔人：中国社会科学院金融研究所课题组（胡滨、尹振涛、汪勇等）

文章来源于《金融时报》2020年7月13日

随着新冠肺炎疫情相继在我国及世界其他国家和地区暴发，全球经济受到大萧条以来最为严重的冲击。我国绝大部分地区的疫情在2020年3月已基本得到有效控制，目前正处于更为重要的“疫”后经济恢复和重建阶段。尽管各地已基本实现全面复工，但是复产率却不及预期，尤其是受疫情影响最大的民生服务业，如餐饮、零售、住宿、旅游和教育等。为保障就业、恢复经济，除了对企业减税降费和向市场提供充足的流动性之外，中央和地方政府多次出台扩大内需、促进消费的政策，其中发放消费券成为此次各地刺激消费的优先政策选项，成为当前中国“疫后”重建的创新探索，也将成为服务业数字化加速发展的重要新基建。

消费券成为经济恢复的重要抓手

（一）中国疫情防控稳中向好，短期经济恢复亟须消费提振。2020年春节期间新冠肺炎疫情迅速向全国蔓延，中国政府强制采取居家隔离、延长假期、推迟复工等防控措施，有效控制了国内疫情的进一步扩散蔓延，疫情得到了明显的阶段性控制效果。当前，我国疫情防控工作稳中向好，全国各地新增病例迅速下降，除了个别城市和部分境外人口流入压力较大的地区外，多地感染病例已开始清零并保持持续稳定状态。

新冠肺炎疫情暴发对我国生产生活的负面冲击尚未消除，再叠加近期疫情在全球范围的蔓延，使得国内短期经济规模收缩明显。国内社会总需求出现大幅下降，消费、投资和出口均遭受严重冲击，但相比投资和出口，消费作为 2014 年以来我国经济增长的最大动力，此次受到的冲击更大。国家统计局初步核算数据显示，一季度 GDP 同比下降 6.8%，创下改革开放以来 GDP 季度增速最低水平。分项来看，一季度社会消费品零售总额同比下降 19%，全国固定资产投资（不含农户）同比下降 16.1%，出口同比下降 11.4%。复工复产的有序推进有赖于消费需求的有效释放。2020 年 3 月份以来，我国企业复工率正快速提高。尽管复工企业不断增加，但疫情在全球扩散远未结束，我国出口贸易受阻，国内居民消费情绪不高，因此复工是否大量复产、复产能否有效刺激经济成为当前一项重要议题。

总体上，目前我国企业的复产率不及预期，特别是中小微企业。一方面，国内外贸企业的复产率远远不足。商务部通过对全国 8776 家外资重点企业的调查发现，复产率超过 70% 的企业占到 71.9%。不同于外资企业，中小企业规模小、实力弱、抗风险能力低，受此轮疫情冲击影响更大。随着疫情在境外快速蔓延，国外市场需求下降，除了防控疫情需要的预防医药、医疗保健、日用洗涤用品、消毒液等外，出口订单减少甚至取消订单将成为当前外向型中小企业面临最为突出的问题。另一方面，服务业企业复产面临更大压力。在“外防输入”和“内防反弹”的疫情防控原则下，居民出于审慎心理，线下消费意愿低，餐饮、住宿、旅游、零售、教育、电影院线等行业的消费大幅收缩，导致此类与民生紧密相关的服务业企业，尤其是小型企业和个体经营户营业收入急剧减少，经营压力巨大，复产积极性不足。因此，释放消费需求是促使我国企业复工复产，恢复正常生产经营的重要途径。

（二）政府频频出台消费刺激政策，力争经济能够快速回暖。在此背景下，国家出台多项政策稳定市场环境，刺激居民消费需求。例如，2020 年 3 月 13 日，国家发改委等 23 个部门联合发布《关于促进消费扩容提质加快形成强大国内市场的实施意见》，从市场供给、消费升级、消费网络、消费生态、消费能力、消费环境等六个方面提出十九条措施。3 月 31 日，国务院常务会议审议

通过三项提振汽车消费政策，如将年底到期的新能源汽车购置补贴和免征车辆购置税政策延长 2 年。

除了国家层面政策外，为响应国务院精神，恢复餐饮、旅游、娱乐、汽车等受疫情影响严重行业的发展，以及平稳渡过疫情导致的经济低迷期，各地纷纷出台多种政策刺激内需，帮助这些行业快速恢复经营，发放消费券成为地方政府一项重要举措。发放消费券的最大意义是加速消费者信心回归，保障线下商户经营环境，稳定就业形势。消费券政策通过刺激潜在消费需求，起到加速线下消费回暖的作用。尽管各地逐渐解除隔离，但是居民处于规避风险的考虑，本能地减少外出。政府发放消费券所释放出的积极信号，在一定程度上可以缓解消费者对于线下消费安全性的担忧，增加线下消费的动力。

中国数字消费券的独特优势

（一）数字消费券对比现金补贴。为应对新冠肺炎疫情对经济社会生活的不利冲击，多国直接向国民发放现金补贴。作为 2020 年 3 月 25 日通过的 2 万亿美元经济刺激计划的一部分，美国政府对年收入低于 0.5 万美元的成人每人发放 1200 美元现金支票，同时向每个儿童发放 500 美元。3 月 23 日德国推出了用于救助小企业和自由职业者的民生政策，对个体户如艺术家、职业摄影师、护理员等每月发放 9000 欧元补贴，并对 5 人至 10 人的公司每月发放 15000 欧元补贴，为期三个月。

与国外直接发放现金不同，我国各地政府主要采用了数字消费券的补贴方式。截至 4 月 22 日，全国约有 25 个省市发放了消费券，涵盖餐饮、文旅、零售、体育、住宿、图书、生活服务、通讯等行业。其中，13 个省市发放的数字消费券总额超过了 1 亿元，浙江省、湖北省和广东省分别以 46.47 亿元、23.68 亿元和 9.76 亿元的消费券发放规模排在全国前三位。

发放数字消费券与实施现金补贴相比，主要具有以下四点优势：第一，见效快。数字消费券一般会限制使用时间，从 1 星期到 1 个月不等，并且无法提现，具有一次性使用和强制消费的特征。因此政府通过发放数字消费券方式，

能够在短期内提升居民的消费欲望，进而刺激消费。第二，高杠杆效应。疫情期间，消费频次大幅下降导致消费不振，由于消费券均设置使用的门槛和抵用率（即“满减”政策），因此可以提高数字消费券的杠杆效应。比如，杭州在2020年3月27日发放的数字消费券达到3.5倍杠杆倍数，在4月3日这一轮甚至达到了5.8倍。而现金补贴却不存在杠杆作用，还可能被全部转化为储蓄。第三，支持目标行业。行业数字消费券仅适用于某些特定领域，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。第四，使用率更高。中国国内疫情已基本得到控制，目前处于大力提振消费、促进经济复苏的阶段，政策目标是刺激消费。但是，国外多数国家在疫情暴发期的政策目标是保障民生，尤其是保障失业民众的基本生活。另外，储蓄率差异也是现金发放刺激消费效果不同的重要因素。根据IMF统计数据，2018年中国居民储蓄率36.8%，比世界平均储蓄水平（21.5%）高出15.3%，而美国的居民储蓄率仅为7.6%。这意味着，美国居民拿到现金后会有更大比例直接用于餐厅、超市等消费，而我国有一部分人可能会选择将现金储蓄到银行。

（二）**数字消费券对比纸质消费券**。从历史上看，国家或地方发放纸质消费券的目的主要集中于两点：一是将消费券作为一种经济救济手段，用于帮扶低收入人群改善生活，维护社会稳定。以这种目的发放消费券的情况主要出现在早期，如1939年美国针对低收入家庭发放的“食品券”；二是将消费券作为一种刺激消费、促进经济复苏的政策工具或手段，以该目的发放的消费券在历史上更为常见，如1933年德国每周向市民发放的小额消费券、2009年中国台湾地区向岛内民众发放的“振兴经济消费券”、2009年四川成都推出的熊猫卡（一种旅游消费券）和杭州发行的旅游消费券。不过，消费券政策的上述两种目标其实并不冲突，如大萧条时期美国发行的“食品券”，其既能救济穷人，也有刺激消费的作用。

与上述纸质消费券不同，本轮我国发行的消费券得到了数字化“加持”，

各城市的消费券普遍通过支付宝、微信、美团、云闪付、大众点评、携程等平台发放。例如，武汉宣布4月19日至7月31日，通过支付宝等平台发放23亿元消费券，定向鼓励本地居民消费，扶持武汉商家，拉动线下消费。消费券得到数字化“加持”，具有发放速度快、市场转化率高等优点，对消费回暖和经济恢复产生了更加积极的作用。

与传统纸质消费券相比，目前我国发放的数字消费券具有四个明显的优势：第一，运营成本低。一方面，数字消费券采用了电子形式，制作边际成本接近于零；另一方面，数字消费券采用互联网平台投放，无需面对面接触，通常能在半个小时内，甚至几分钟内完成数百万份消费券的发放，用工成本、时间成本低。此外，数字消费券具备天然防伪能力，减少了甄别、核对成本。第二，透明度高。数字消费券通过互联网数字平台的个人账户信息进行精准发放，无形中增加了消费券发放的透明度，这会有效减少甚至避免消费券冒领、代领、刷单等现象，防止政府财政资金损失，保障政府补贴落到实处。第三，流通轨迹易监测。数字消费券的领取分发、使用、核销都是在互联网数字平台上进行，平台能够准确、快速地检测到每一份消费券信息，如消费券的使用时间、地点和方式等。这些沉淀的消费券数据便于政府部门了解消费券流向和评估效果，从而为政府不断优化和调整消费券政策提供数据支撑。第四，覆盖范围更宽。互联网数字化平台依据自身在支付、社交等方面的属性，在消费者中具有较高的普及率和渗透率。数字消费券借助这些平台的广泛覆盖特点进行发放，能够大范围且快速发放到特定区域、特定人群手中，提高消费券在消费端的触达率。

雪中送炭：数字消费券短期可以促增长和稳就业

提振消费，激发潜能，托底经济。数字消费券政策有助于快速提振消费信心。当前，我国新冠肺炎疫情防控形势持续向好，各地有序复工复产。尽管各地逐渐解除隔离，但是居民依然本能地减少外出以避免可能发生的危险。据相关数据显示，截至3月中旬，我国餐饮商户复工率已近70%，但消费者到店和堂食率不足20%。数字消费券政策则是通过一定程度的优

惠，吸引并鼓励更多的居民进行线下消费。疫情冲击所导致的需求下降，主要是由于隔离措施导致了居民的短期消费频次下降，而居民长期的消费需求以及消费习惯并未发生明显变化。有调查报告结果显示，疫情期间大众最想进行的消费项目，排在前列的分别是餐饮、电影等线下娱乐以及服饰、运动和旅游。可见，这些消费项目都是居家隔离期间被迫暂停的消费项目，而疫情好转后，这些消费项目有望“报复性”反弹。数字消费券政策则正是在企业复工复产的同时，提振消费信心，按下经济增长稳中向好的“起始”键。

数字消费券具有“杠杆效应”，有助于挖掘消费潜能。消费对经济发展具有基础性作用，连续多年成为我国经济增长的第一拉动力。通过数字消费券刺激消费，能够有效激发因疫情影响而暂时“蛰伏”的消费需求，撬动更大的消费潜能。一方面，居民使用消费券消费，不会仅限于消费券提供的数额，必然会带动更多的消费支出，产生显著的“杠杆效应”。例如，一些人原本对短线周边游不感兴趣，若没有政策影响，可能不会进行相关消费，但如果得到旅游消费券就很可能愿意去消费并花得更多，从而激活旅游业上下游活力。根据北京大学光华管理学院研究团队对杭州首轮数字消费券的测算结果，政府 1 元钱的消费补贴能够带来平均 3.5 元以上的新增消费，且新增消费并不是“消费提前”所致，消费券使用后消费恢复常态无明显下滑。消费券能够在短期内起到刺激消费的明显成效，有力提升了人们的消费欲望，让人们能消费、愿消费、敢消费。另一方面，数字消费券的“杠杆效应”会通过需求侧传导到供给侧，通过叠加“乘数效应”，扩大产出，进而形成良性循环。比如餐饮、旅游、电影院线等行业受疫情影响较大，通过发放消费券，适当提高居民的消费能力，扩大全社会消费支出规模，从而刺激相关企业加大投资，实现经济更大幅度增长。此外，大多数消费券均设置使用门槛和抵用率，可以保障消费券的“杠杆效应”充分发挥，而如果发放现金，居民很可能把钱存起来。

数字消费券可以作为促进经济增长的托底政策使用。当前海外疫情扩散形势严峻，外需低迷，托底经济需要依靠内需，而消费已成为内需的首

要驱动力，被寄予厚望。消费券作为一种在特殊时期政府为刺激消费、提振经济的政策，其社会意义重大，可以作为经济下行周期社会救济工具进行使用。消费券可以作为一种定向型工具，向低收入群体或者是特定人群进行发放，这样既可以起到促进消费的作用，也可以达到“精准”扶贫的目标。

（二）提振信心，纾困企业，稳定就业。数字消费券政策可以增加企业复工复产信心。当前，国内疫情已经基本得到有效控制，复工复产工作成为重中之重，但实体企业复工复产情况并不理想，尤其是生活服务业。根据北京大学国家发展研究院张丹丹团队的调查，2020年3月初服务业的复工率不到50%，餐饮业只有三分之一。即使是以全国复工进度来计算，目前服务业的复工率不会超过70%，餐饮业更低。各个城市的线下零售业的活跃度均没有达到正常年景的一半。究其原因，一方面，消费者和企业都存在避险心理。民众仍然担心疫情的扩散，不愿意增加线下消费；另一方面，对企业来说，开工有启动成本，若开工以后出现新增感染，就必须再停工，成本增加。特别是对服务业企业而言，承受的疫情扩散风险更大，所以宁可选择不复工。基于这种现状，政府通过数字消费券政策，可以向企业传递信号，增加企业复工复产的信心。同时，消费需求的增长，也能够反过来给企业复工复产以动力，让企业在复工复产后能够获得新的订单，从而尽快恢复正常的生产经营活动。

数字消费券政策可以对受困企业和行业进行定向扶持，提升企业的“造血”能力。新冠肺炎疫情暴发后，餐饮、旅游、娱乐、百货、交通等行业的小微企业受冲击最大，政府通过发放针对此类行业的数字消费券，短期内可以吸引更多的客流，拉动这些行业 and 企业的消费额，帮助和带动这些行业和企业快速走出困境。根据支付宝初步统计，全国已有超千万实体店商家受益于消费券，其中9成以上为中小微商家。仅4月以来，全国每周平均就有近100万商家开通收钱码，其中有35%商家来自四线以下城市，主要行业包括餐饮、服饰、家具、生鲜、超市等。对企业来说，相较于政府直接向企业发放补贴来“输血”，数字消费券政策起到了为其“造

血”的作用。因为消费需求若没有恢复，政府持续给企业“输血”也无法修复其内生动力，还会增加政府的财政压力。而通过消费券政策来迅速推动产业链末端的居民消费需求的增长，通过向上传导带动企业生产经营的恢复，进而形成正向反馈，比单纯向企业“输血”可持续性更强，效率更高，效果更好。

数字消费券政策可以通过刺激消费来稳定就业。就业不仅是最大的民生，还直接影响消费，中长期内消费增长的决定因素仍是居民收入。在我国，消费已经占到 GDP 总量的 55%，同时近些年来消费增长对 GDP 增长的贡献一直在 55%到 69%之间。消费的龙头是零售服务业，当前消费不振，意味着服务业就业不足。因此疫情后，“稳就业”既是当务之急，也是长远之计。当下各地复工复产，复工便是稳就业，复产则是稳经济，二者相辅相成。但如果复工复产出现困难，会直接造成大量人员失业或收入骤降，出现部分困难人群基本生活无法得到保障的情况。发放消费券从下游通过增加消费需求刺激企业复工复产，使相关需求对接的企业有了生产经营的保障，从而保障就业岗位，相应的居民收入增加，也会进一步提高消费，重振经济活力。如果复工复产时遭遇消费不足，就会缺少新的订单，企业即使开工也会面临新的损失，就业也会受到影响，居民会因收入减少而调整消费的预期，更倾向于将资金储蓄起来，以备不时之需。

锦上添花：数字消费券可以促转型和惠民生

（一）数字化转型助力中国经济高质量发展。近年来，我国数字经济发展迅猛，以互联网、大数据、云计算、人工智能、区块链、物联网等为代表的新一代数字科技与实体经济的日趋融合，新市场与新业态层出不穷，为中国经济增长注入了新的源泉。《中国数字经济发展与就业白皮书（2019）》显示，2018 年中国数字经济规模占 GDP 比重达 34.8%，对 GDP 增长的贡献率超过三分之二；2016 年到 2018 年，数字经济连续 3 年维持 20% 以上的名义增速，高于同期 GDP 名义增速十余个百分点，为中国经济向高质量转型提供了重要支撑。

数字消费券政策加速企业数字化进程，助推中国经济转型升级。当前我国已进入数字经济时代，但企业数字化转型速度和成效有待进一步提升。2018年9月，国家工业信息安全发展研究中心发布的《中国企业数字化转型指数》报告显示，接受调查的8个行业450家企业中，数字化转型方面成效显著的企业占比仅为7%。2019年5月发布的《2018中国数字化转型进程调研报告》显示，中国超过69%的企业已开始数字化升级，但大多集中在局部推广和单点试验阶段，数字化升级较为领先的企业占比仅为28%。此次数字消费券政策的实施，多地政府借助互联网平台丰富的线上线下千万商家、数字化精准推荐等技术，实现了线上发券、精准导流、多场景消费的循环。比如，南京借助支付宝实名认证和区块链技术，使得消费券全过程透明、公平、可回溯，这不单是建立了政府、平台和企业之间的良性生态信任关系，并提高了产业互联网的协同度。可见，由此次数字消费券政策催生的企业数字化长期来看将加速企业数字化转型进度，并提高企业抗风险能力，这在助推我国未来经济的整体转型和质量提升方面具有巨大的作用。

数字消费券具有“网络效应”，有助于推动经济高质量发展。政府联合互联网平台发放消费券，互联网平台在此过程中通过提供线上支付、交易支持和消费补贴获得平台收益，吸引更多的用户，企业、商户也抓住机会将商品和服务向线上拓展，消费者也培养出了线上消费的习惯，起到了全面引导消费与数字经济融合的作用。疫情期间，由于普遍的居家隔离导致居民线上消费需求爆炸式增长，网购、在线教育、在线医疗、直播、短视频、游戏等领域颇受关注，这也促使企业加快自身数字化转型、开拓线上业务。这些企业将自身单个企业的资源以网络化形式融入整个产业集群当中，扩大产业集群内企业间的协同效应，实现技术、产能与订单等资源的共享，并在提升经营管理效率的同时，降低各方面成本。这不仅为企业转型和发展注入动力，还能助推国民经济整体向数字化和高质量升级。

数字消费券政策是推进数字中国建设的有益探索。此轮消费券政策以数字化技术“加持”，充分发挥我国移动互联网和移动支付技术的优势，

成为推动数字中国建设的重要一步。疫情期间，不仅年轻人更依赖于网络购物，中老年人也不得不去学习和尝试更加安全快捷的网上采购。此时，采用发放速度快、市场转化率高的数字消费券，更会受到消费者广泛欢迎，这对消费回暖和经济恢复产生了积极带动效应。数字消费券利用数字手段畅通经济循环，也是对此前推进数字政务建设、提升治理现代化水平的进一步拓展。基于此，一方面，数字经济平台将成为带动生活服务业数字化升级的核心动力，对此次消费券涉及较多生活服务类商家、企业而言，则应当抓住使用数字消费券进行“练兵”的机会，在互联网平台的带动下加快数字化升级步伐。另一方面，数字经济已经被赋予新的战略高度，数据已被列为与劳动、资本、土地、知识、技术、管理并列的生产要素。推动数字化转型的良好发展态势从金融、零售、消费等领域向农牧、制造业等存量市场加速渗透，将为我国经济高质量发展开拓更广阔的发展空间，也有助于提升我国在全球数字经济的话语权和竞争力。

（二）以国家治理能力现代化提升全民福祉。在经济受到新冠肺炎疫情打击之下，首先需要考虑的是居民的生活保障。各地政府发放的数字消费券在刺激消费的同时，还具有社会福利属性，能够缓解低收入家庭在疫情中面临的困境，保障他们的正常生活需要。同时，由于分到每个人的消费券金额相对较少，必须在一段时间内使用，所以消费券对于物价的影响也十分有限。由此，长期来看，数字消费券政策还可以作为一项惠民政策，向特定区域、特定人群定向实施，提高全民福祉。

数字消费券可以重点纾困欠发达区域经济，助力精准扶贫。数字消费券在不同区域的影响是不同的。城市化水平较高、城乡与地区间社会发展水平相对平衡、社会保障体系完善等条件是数字消费券能取得良好效果的前提。但是换种角度来说，在经济实力较弱的地区发放数字消费券，能够缓解低收入家庭在疫情中面临的困境，保障正常生活需要。这是因为一方面，经济实力较弱地区可能比经济较为发达地区更加需要消费券。防疫期间，经济实力较弱地区受到的经济冲击并不比经济较为发达地区小，甚至所受影响远大于经济发达地区，而偏低的收入使得经济较弱地区居民的抗

冲击、抗风险能力更弱。另一方面，从长期来看，经济实力较弱地区仍是拉动我国内需的重点区域。三线及以下城市、县镇与农村地区是中国人口基数最大、面积最大、潜力最大的市场，消费群体约占全国人口的七成。挖掘居民消费潜力，必然要关注经济实力较弱的地区，而在这些地区发放数字消费券既具备可行性，也具有针对性。近年来，多家大型互联网科技公司重点推进下沉市场开拓，电子商务基建逐步深入到农村与县城层级。更重要的是，经济实力较弱地区居民的网络消费力正在不断提升。借助此次数字消费券契机，利用数字科技为精准扶贫赋能，以互联网、大数据、人工智能等为代表的新兴数字科技手段，在有效衔接贫困地区产品供给、发达地区消费需求的同时，可以更好地服务生产决策、塑造市场品牌、助推地方产业生态发展，为推动产业扶贫、长效扶贫探索新路。

数字消费券政策应向中低收入群体倾斜，以最大化提高民生福祉。如日本在 1999 年发放了总额达 2 万亿日元（约 170 亿美元）的消费券，但只有 32% 转化成了消费，沉淀为储蓄的占到 68%。尽管当时日本政府在政策设计时主要考虑了儿童、老人等弱势群体，但由于这些群体“交易成本过高”甚至“不使用消费券”，导致政策效果并不理想。数字消费券本身已具备交易成本低的优势，此时应重点考虑消费券的投放对象。理论上，数字消费券应该向中低收入群体倾斜，因为在增加等额收入的前提下，他们会将其更多用于直接消费，即这类人群具有相对更高的边际消费倾向。此外，政府还应考虑到不同受众网购习惯的差异，针对不同区域中低收入群体的网购特点，精准投放，使数字消费券效果最大化。

重视和加强数字消费券政策管理，保障其真正惠及民生。未来，随着疫情化解，经济逐渐恢复向好，以数字消费券为代表的数字化经济还有望在精准脱贫、污染防治、防范化解重大风险等攻坚战中发挥更大的作用。数字消费券在提振消费、拉动经济及加快商家数字化转型等方面均显现出较大功效。目前，各级政府正着力推动数字消费券拉动经济政策，未来发放数字消费券也可以成为一种常态化的政策选项。对此，应高度重视数字消费券发放安全和高效的双重管理，这不仅关系到数字消费券政策能否落

实以及是否发挥作用，更关系到数字消费券能否真正惠及民生。

声 明

《金融监管评论（Financial Regulation and Supervision Review）》

主编：胡滨

《金融监管评论》栏目由中国社会科学院金融法律与金融监管研究基地主办，主要发布研究基地最新的原创性学术成果。

《金融监管评论》为内部交流刊物，报告中所引用的信息均来源于公开资料，中国社会科学院金融法律与金融监管研究基地（以下简称“研究基地”）对所引用信息的准确性和完整性不作任何保证。文中的观点、内容、结论仅供参考，研究基地不承担因使用本信息材料而产生的任何责任。本刊物的文字内容归研究基地所有，任何单位及个人未经许可，不得擅自转载使用。

中国社会科学院金融法律与金融监管研究基地是由中国社会科学院批准设立的院级非实体性研究单位，是首批国家高端智库——国家金融与发展实验室下属的研究机构，专门从事金融法律、金融监管及金融政策等领域的重要理论和实务问题研究。

地址：中国北京朝阳区曙光西里 28 号中冶大厦 11 层 1101 室

邮编：100028

网址：<http://www.flr-cass.org>

电话：+(8610)59868205

E-mail：flr-cass@cass.org.cn