

2020年12月29日 星期二

E-mail: meishiwen2020@126.com

本期主编: 张海鹰 (0451-84652978)

执行编辑: 毛晓星 18545581663

美 编: 赵博

手机扫一扫, 畅读
《每事问·新闻调查》更
更多精彩内容。

□调查记者 崔立东
一直在路上, 一直在
现场。永远相信追问的
力量, 真实的力量, 改变
的力量, 永远相信——你
我共同的力量。
我的新闻热线
15004526078

●疫情防控常态化背景下, 政府消费券在全国各地拉动内需效果彰显

●9月11日以来哈尔滨市政府连续发放六轮总计4.5亿元消费券

政府消费券 如何“四两拨千斤”

□文/摄 本报记者 崔立东

从初秋到深冬, 在短短3个月零11天的时间里, 以“助企惠民”为主题的政府消费券点燃了哈尔滨消费市场。来自哈尔滨市商务局的消息称, 包括省委、省政府大力支持拨付的1亿元在内, 9月11日至12月22日, 哈尔滨市政府促消费补贴资金共投入4.5亿元, 这对财政相对吃紧的哈尔滨市来说实属不易。据统计, 实际使用资金4.1亿元, 其中拨付给各区3000万元, 六轮政府消费券共核销使用资金3.8亿元, 直接销售额67.4亿元, 拉动消费17.5倍。基本实现了促进消费回暖、释放消费潜能、拉动经济增长的预期目标。

效果怎样? 拉动消费呈乘数效应

消费券发放效果怎么样? 12月23日至26日, 记者连续走访了哈市多个政府部门和多个商家, 所到之处, 受访者均表示, 政府消费券实实在在刺激了消费, 搅热了冰城冬季消费市场。

12月1日9时30分, 哈尔滨市政府消费券开启第五轮发放, 也是取消抢券, 采取进店购物直接补贴方式的第一天。不到7时, 哈尔滨西城红场生活馆门口就排起了长队, 该商场提前半小时开门纳客。哈尔滨西城红场生活馆企划部相关负责人说, 到9时30分左右有近三万之众涌入, 排队付款的人群排成一个“S”型不止, 又排成第二个、第三个“S”型。

华滨通讯市场部经理郑岩告诉记者, 在第六轮政府消费券发放开始的头一天, 位于大直街的总店天不亮就有不少人在寒风中等待, 本来8时营业, 商场不得不提前一个小时把门打开, “怕把人冻坏了”。

在哈市苏宁易购、黑天鹅电器、卓展购物中心等商场, 均出现了排队抢购“壮观”场面。

据统计, 在最后一轮第六轮消费券发放中, 满5000元减1000元的6000个名额在活动开始后的第22分27秒被抢空。

在政府消费券刺激下, 自9月11日至12月22日, 97家限额以上汽车企业累计售车3万余台, 直接销售额50多亿元, 拉动消费49倍。在选定的20余家百货家电通信类商家, 直接销售额14亿多元, 拉动消费5.9倍。

在哈市政府选定的24家限上百货类商家中, 位于哈尔滨新区大学城的杉杉奥特莱斯销售情况十分抢眼。据杉杉奥特莱斯方面提供的数据, 六轮政府消费券下来, 他们共计核销消费券936万元, 直接连带销售5930万元。

枫叶小镇物业管理部总监王明海告诉记者, 该商场借助政府消费券之势, 加大促销力度, 购物满一干, 除了核销200元政府消费券外, 商场再赠一百元抵用券。因为力度大, 六轮哈尔滨市政府消费券活动下来, 他们共核销136.76万元, 带动销售878万元。

12月23日一早, 位于哈尔滨新区融创茂内的小米手机授权店就排起了长队, 这是哈尔滨新区在第二轮首日发放消费券。临近年底, 哈市及区县停发和减额发放消费券的情况下, 对于新区商家和全市消费者都无疑是个利好消息。

新区此轮投放62.07万元, 主要是11月28日发放的330万元政府消费券资金的剩余存量。此轮发放消费券, 哈尔滨新区确定了15个适用商家, 涵盖汽车、家电、通信、餐饮等, 均为限下企业。到12月26日, 该区消费券发放也画上了圆满句号。

连日采访中, 有两个词频繁出现: “限上”和“限下”。

对此, 哈尔滨市商务局相关负责人解释, “限上”即为限额以上企业单位之意。是指年主营业务收入达到2000万元以上的批发业、年主营业务收入达到500万元以上的零售业和年主营业务收入达到200万元以上的住宿业、餐饮业, 并纳入哈尔滨市数据统计范围的企业单位。达不到这个标准则被称为“限下”企业。

也就是说, 哈市政府消费券选择的都是进入统计数据(入统)的限上企业作为消费券适用商家。

万象汇和融创茂都是哈尔滨大型商业企业, 但由于其属购物中心性质而非商业综合体, 不属于限上企业, 被排除在消费券适用商家之外。融创茂和万象汇受访的两位相关负责人几乎是同样的心声: 看着人家呼朋唤友, 羡慕嫉妒啊!

市里重“限上”, 区里重“限下”, 但无论是“限上”还是“限下”, 都离不开便于统计数据这个重心。

为了拾遗补缺, 区级政府消费券多选定限下商家。那么, 数以万计的各类商家, 政府消费券花落谁家呢? 某区商务局干部告诉记者, 即便是限下企业, 哈市区政府还是遵循选择“临统”或者有意愿入统的企业。

哈市政府六轮发放, 适用商家主要固定在97家汽车、24家百货、9家家电通信企业上。一位不愿具名的超市老总向记者吐槽: “无论是日常经营还是疫情期间保供, 超市行业都作出了积极贡献, 但是在政府发放消费券的时候却把超市划在圈外。”

市民黄女士接受采访时表示, 政府消费券发放初衷应该是助企惠民, 希望能够普惠面更广一些, 让更多市民享受到真正实实在在的实惠。

有专家指出, 政府消费券, 将“杀手锏”引回实体店, 开启全渠道购物新模式, 能够推动多种业态消费需求分阶段释放, 有效带动所有业态的全面复苏, 推动市场回暖和消费回归, 助推企业全面恢复正常生产经营。

消费券发放只有更精准、更到位, 才能最大限度抵达这一惠民政策本身的善意。



枫叶小镇奥特莱斯商场的消费券海报。

4.5亿元! 哈市政府消费券 六连发

9月1日, 哈尔滨市政府第72次常务会议决定, 市政府将向汽车、百货、家电通信、餐饮、文化旅游等领域投放消费券, 开展助企惠民活动。

政府促消费补贴分批次进行, 向限上汽车、大型百货、家电通信, 以及餐饮和文化旅游行业投入4.5亿元政府消费补贴资金, 用于扩内需促消费。首轮于9月11日9时和15日9时两个时间段发放。电子消费券分类设定额度, 最大面额1000元, 最高补贴比例近20%。同时设定限抢次数、专券专用, 如在规定期限内未使用, 消费券自动失效, 资金回归消费券资金池, 进入下一轮发放。

三个月时间, 哈市政府消费券累计发放六轮, 前四轮政策基本一致, 略有微调。从第五轮开始, 哈尔滨市政府促消费资金使用方式发生重大变化。

哈市商务局相关负责人介绍, 第五轮开始, 政府促消费资金取消抢券环节, 采取消费者到指定商家购物直接补贴方式进行, 先到先得, 发完即止。消费者购物后到收银台交款时, 直接完成核销, 拉动消费效果十分明显, 有效避免了前几轮出现的“抢券不消费, 想消费抢不到券”, 消费券核销率不高的问题。

最后一轮第六轮政府消费券于12月19日9时30分发放, 开放57分钟后, 百货类和家电通信类补贴全部核销。

与此同时, 结算平台纷纷推出了购物奖红包、购物券等政策。为配合政府消费券发放, 适用商家推出大幅度促销、让利活动, 加之银联等金融机构配套红包、减免等资金累计近8亿元。

政府、商家、平台形成的叠加乘数效应, 让消费者在满足购物、娱乐、饮食、文化旅游等各方面需求的基础上, 充分享受到了政府惠民政策红利。



消费者持政府消费券到杉杉奥特莱斯商场购物的场景。(图片由商家提供)



12月23日, 哈尔滨新区第二轮政府消费券发放, 当日被指定的15个商家之一小米手机授权店前排起长队。

把好事办得让市民更满意 他山之石看过来

沈阳 是这样发放的

投入小 拉动大

沈阳市早在2020年第二、第三季度, 分别发放两轮总额6791.9万元的居民消费券, 累计带动各区、县(市)政府、各大商业企业、支付平台、电商平台等市场主体投入发放各类消费券、消费券、购物补贴等资金近10亿元, 各类促消费活动500余场, 拉动消费近百亿元。

核销率高 商户面广万余家适用

4月10日至30日, 沈阳面向市民发放首批3000万元惠民消费券, 对经济的撬动作用十分明显。据统计, 仅前两期40万份消费券共核销使用28.9万份, 核销率73%。领券消费者在沈阳市10883户商家消费使用, 累计优惠金额1447.2万元, 带动消费总额9710.9万元, 杠杆率达到了6.71, “乘数效应”十分明显。

面额化整为零 发放多次递减

6月16日, 沈阳第二轮总额度3000万元的居民消费券再次发放。

为增强消费者使用的便利性, 综合企业和消费者意见, 这一轮消费券不再设立餐饮券, 除发放图书券外, 其余资金全部用于适用范围更广的综合券, 面额由1张50元调整为包含3张券的50元券包。同时, 为发挥资金使用效能, 第二轮消费券仍分3期发放, 改变了第一轮3期平均分配的方式, 将第一期发放额度增大到1500万元, 依次递减, 且每期退券金额直接滚动到下一期使用, 让更多民众有获券的机会。

普惠面广 商户消费者普遍受益

10月30日启动第三轮居民消费券发放活动, 总额度3000万元, 每个券包总额50元, 包含1张20元和3张10元的消费券。

消费券用于在沈阳市辖区内可用支付宝支付的餐饮、线下零售、出行旅游、生活百货、专业销售等5个业态品类的近6万家线下实体零售企业。此次消费券的领取平台和发放方式均有变化, 消费者可以在活动期间到支付宝平台进行抢券。同期, 阿里旗下支付宝、饿了么、口碑、哈罗单车等平台将投2000万元各类消费券。

石家庄 惠及更多企业和消费群体

据当地媒体报道, 6月21日至7月30日, 石家庄市政府发放两轮共1.1亿元消费券, 约15万商家(户)、152.69万市民参与此次消费券发放核销活动, 核销7743.58万元, 核销率73%, 累计带动消费约20.2亿元, 有效发挥“四两拨千斤”的乘数效应。

覆盖面广 涉及4大类85个行业类别

据悉, 石家庄发放的政府消费券, 涵盖餐饮、生鲜、服饰、商超等多种业态, 共涉及4大类85个行业类别。

“为确保政府引导资金惠及更多企业和消费群体, 我们充分考虑用户多元化需求, 对消费券涉及的行业种类、面值设定、投放数量进行反复研究。”石家庄市商务局相关负责人表示, 设置20元、40元、80元等小面额消费券, 以此满足用户日用品、食品、餐饮等“必需品”消费场景; 100元、200元中等面额消费券, 主要是满足消费者美妆服饰、家电家具、娱乐等“享受型”消费场景。

多“腿”走路 精简细化消费券类型

石家庄市政府消费券分普惠型消费券和定向型消费券。普惠型消费券包含商场消费券、餐饮消费券、超市(便利店)消费券、汽车消费券等4大类。定向型消费券面向工会会员定向发放。

7月4日发放的第二轮政府消费券还精简了发放类型, 仅设置了商场券和通用券两种, 其中通用券可在超市、便利店、水果店、餐饮店、汽车保养等场景消费时使用, 也可在商场消费时使用。

精准投放 “小微”交易额环比翻2倍多

消费券不仅发挥了“四两拨千斤”的乘数效应, 实现了聚人气、强信心、提振消费的目标, 让消费者有实实在在的获得感, 也帮扶了受疫情影响严重的行业发展。

参加消费券活动的商家中, 有八成以上是中小微企业。石家庄市政府通过设定参与行业范围, 将资金精准投放到受疫情影响严重的零售、餐饮等领域, 刺激相关行业消费回补, 进而带动相关中小微企业经营好转, 缓解经济运行压力。

“小微商户交易额增幅明显, 对比发券前一个多月同期, 平均环比增幅翻了2倍多。”支付宝平台的石家庄运营负责人表示, 消费券也是小微企业拥抱数字经济的重要数字工具, 成了不少商家数字化转型的契机。