

为促消费 全国各地拼了

但还需要有更多细化政策出台,重振消费信心
『五一』假期,国内消费市场加速回暖



“五一”小长假期间,全国接待国内游客总人数达1.15亿人次;全国29个省份消费金额完成了同比增长;上海“五五购物节”18小时12分钟支付总额破百亿元……在我国疫情防控进入常态后第一个小长假,消费市场密集交出喜人成绩单。专家表示,近日各地推出的各项促消费政策和集中促销活动,叠加“五一”假期效应,补偿性消费初步显现。随着政策效应逐步释放和更多利好政策落地,我国庞大的消费市场有望加速回暖。

不过,专家也指出,消费的恢复需要渐进过程,接下来还需要有更多细化政策出台,重振消费信心,畅通以消费为引领的经济循环,强化内需对经济的有力支撑。



■4月30日在福建闽侯县的海峡汽车文化广场拍摄的购车优惠活动现场。

上海 探索消费券发放新模式

“五一”假期这几天,与气温上升同步,上海的消费气氛很燃很嗨。阿里巴巴让利20亿元,拼多多补贴25亿元,苏宁易购发券20亿元,百联集团发放12亿元消费券,美团点评送出12亿元红包,上汽集团推出百余辆五五折新车,欧莱雅中国将推出超过100个新品,在上海开出3家首店……

截至5月5日14时12分,上海地区消费支付总额超过100亿元——由上海市商务委发布,来自中国银联、支付宝和财付通的实时数据显示,上海“五五购物节”自5月4日晚间8时启动后,支付额4分钟突破1亿元,约18个小时后突破100亿元。

作为一项全新的大规模消费节庆活动,“五五购物节”在时间上将横跨整个第二季度,贯穿劳动节、儿童节、端午节等多个重点节日,做到“千企万店、全城动员,日日有活动、周周有亮点”。活动期间,130多项重点活动,以及700多项特色活动将精彩亮相。

为了这个不寻常的节,上海提前做好准备了,做足了铺垫。从国内的阿里、上汽,到国外的特斯拉、欧莱雅;从线上的美团点评、拼多多,到线下的百联集团、月星集团——各路市场主体摩拳擦掌,你追我赶地公布了各自的优惠促销方案,把“五五购物节”变成了一场提振内需的“大合唱”。

上海首创的“五五购物节”,为何能起到“振臂一呼、应者云集”的效果?时机是一个关键。

上海社科院研究员汤蕴懿分

析,从需求端看,错过春节后,消费回补正当时;从供给端看,商家库存有压力,销售业绩待提振。“五五购物节”沿着市场轨迹顺势而为。”

从整个经济形势看,二季度开始,随着疫情得到控制,国内各项经济数据逐步回升。爬坡阶段,气可鼓不可泄。上海在关键时刻推出“五五购物节”,以大幅度的优惠让利提振消费,将为经济整体复苏添一把火、加一把劲。

“最大限度激发市场主体和平台企业积极性,最大限度放大政策和资金的杠杆作用、乘数效应,最大限度促进消费回补和潜力释放。”上海市商务委员会主任华源用三个“最大”,阐释了上海此次“造节”的初衷。

“五五购物节”既是上海促进消费回补和潜力释放的重要节点,也是上海商业加速数字化转型,推动城市在线经济发展的契机。

在上海大学科技金融研究所副所长孟添看来,未来生活服务业将形成“大平台+全产业链数字化”的发展模式,上海借助互联网支付,通过激发市场主体和平台企业的积极性,放大资金的杠杆作用与乘数效应,促进实体商业消费全面复苏与服务升级。

根据最新发布的《关于提振消费信心强力释放消费需求的若干措施》,上海重点聚焦新兴消费、休闲消费、汽车消费、信息消费和家装消费,其中,新兴消费将打造云逛街、云购物、云展览、云走秀、云体验系列活动,开展重点商圈商街数字化营销试点,打响“上海云购物”品牌。

■5月3日,消费者在上海一家百货公司的消费券服务台前排队办理业务。



■5月4日,一名主播在上海一家百货公司直播带货。

济南 15条措施激活市场提振消费

2000万元专项电子惠民消费券、2000万元资金扶持民宿业发展、大力发展新零售……济南市近日出台15条促进消费扩容提质的措施,培育消费新热点,提升居民消费能力。

面向受疫情影响大的景区、书店、影院、旅行社等行业,济南市推出2000万元专项电子惠民消费券,以激活文化和旅游消费市场。其中,消费券种类包括5元到500元15种面值,可满足消费者不同消费需求;消费券有效期7天,方便消费者有更充裕的时间消费。

为拓展教育体育消费,济南市开发网上慕课等教育服务创新产品,对全市公共体育场馆实行免费或低收费开放,充分释放教育培训、体育健身等方面的消费潜力。同时,推动零售行业线上线下融合,积

极推广“到家业务”“无接触配送”等新型服务,发展“云逛街”“云走秀”“宅消费”等云购物模式,大力发展新零售。

为增强消费资源的集聚辐射能力,济南市将改造提升10条商旅文特色街区,并鼓励商圈(商街)利用节假日组织开展购物节、美食节等商业促销活动,在符合相关条件的前提下,支持商圈(商街)内的大型商贸企业开展户外营销。

此外,济南市还通过放开落户限制、提高居民养老保险基础养老金标准、提高中小微企业失业保险稳岗返还比例、将公积金租房定额提取额度提高至每年每人1.2万元、年内对不少于3000户特殊困难群体发放租赁住房补贴等措施,提升居民消费能力,激发消费意愿和消费潜力。



■5月3日,消费者在上海一家百货公司购物。

观察

促进消费 重在提振信心

近日,国家统计局发布的数据显示,受新冠肺炎疫情影响,一季度消费受到抑制,带动经济出现负增长。其中,最终消费支出拉动GDP下降4.4个百分点,全国居民人均消费支出实际下降12.5%。

14亿人的消费大市场,毋庸置疑的是,消费需求一直都在,关键在于如何激活和拉动。近期,国内多个城市陆续开始发放消费券,目的是释放被疫情抑制的消费。

消费券到底“香不香”?对领到消费券的消费者来说,对急需客流量的商家来说,肯定是“真香”,近期广东各地餐饮行业的回暖,也证明了这点。对各地政府来说,消费券可以在短期内拉动大量消费需求,可以为受疫情影响较大的中小商家纾困,具有很强的针对性,也是一个提振消费的重要抓手。

不过,消费券终究是短期激励手段,需要注意的是,不能对消费券产生“依赖症”。

疫情中,人们的消费欲望与消费需求都受到了抑制,消费习惯也发生变化,这会导致消费行为变得更加谨慎,这是正常的。但随着疫情防控形势的好转,要释放被疫情抑制的消费,提振消费信心是当务之急。

所以,促进消费,提振消费信心,最重要的还是要加强安全保障。目前,防范境外输入的压力依然很大,更需要把疫情防控各项工作抓紧抓实抓细,这是提振消费信心的安全保障。

此外,除了稳住传统消费大盘外,促进消费,也要抓住大家的消费心理,进行“消费升级”。可以看到,在疫情之下,“宅经济”的逆势兴起,表明了新的需求和商机不可挡。所以,培育发展新业态,创造和满足消费新需求,这也是“危”中寻“机”的好办法。

(综合新华社、经济参考报、成都商报)

成都 安排补贴资金2亿元提振新消费

4月28日,成都宣布,为促进各行各业复苏,推动消费市场逐步回暖,成都将开展“成都新消费·样样都实惠”消费提振系列活动,包括“初夏折扣季·消费更实惠”“成都新消费·用券更实惠”两波消费浪潮。

据介绍,成都于5月5日开始,全面启动“成都新消费·用券更实惠”活动。按照“政府补贴一部分、企业让利一部分、平台支持一部分”原则,调动多方参与的积极性。活动第一阶段将在财政统筹安排补贴资金2亿元基础上,动员参与商家和平台企业让利优惠约7.5亿元,吸引消费者参与。发放将持续到12月31日。

除了消费券,5月1日至31日,成都还将在1500个零售企业、21000家门店、6大领域,开展包括200余个促销活动在内的系列活动,为城市商业导入更多流量。

本系列活动覆盖成都22个区域,主要覆盖美妆服饰、成都美食、周末亲子、文化娱乐、家装家电等消费领域。

从消费内容看,成都整合各大购物中心、百货的服装及美妆类产品的直播活动及优惠活动,向消费者发放优惠券促进消费转化,同时联动成都品牌餐饮、成都老字号、特色美食店等,开展美食品鉴,美食文化体验游,美食打折促销等活动,吸引市民和外地游客体验成都美食文化。

成都在此次消费券的时间规划上有些不同——本次成都消费券的时间统一筹划至年末(12月31日),通过4大主题创新设计,每阶段策划一个主题,同时开展相关配套促消费活动。

其中,围绕消费升级新趋势,成都将通过公园城市体验消费季、宜业成都安居消费季、畅游成都旅游消费季、云端逛街在线消费季等多主题分阶段持续性持续进行,让消费者感受到“月月有主题、精彩各不同”。

“成都新消费·样样都实惠”消费提振系列活动是成都提振新消费打出的“组合拳”,旨在释放城市经济活力。通过全城千企万店折扣、消费券红包发放、月月主题消费体验,打造具有成都特质的购物盛宴,点燃城市消费热情,放大政策和资金的杠杆作用、乘数效应,最大限度促进消费回补和潜力释放,激发消费市场活力,推动消费升级,助推国际消费中心城市城市建设。

■5月3日,消费者在上海一家百货公司购物。

