

4月30日至5月4日，中国20多个省市区、几十座城市，启动了新一轮消费券投放。据不完全统计，此番投放的消费券规模突破百亿元，涉及消费领域包括餐饮、旅游、家电、汽车、文娱等方面。目的只有一个，在“五一”小长假期间，向消费发起“总攻”，以拉动经济回暖。



五一期间，济南一些商场借助消费券的“乘数效应”，营业额有了明显改观。

# 这个五一你“券”了吗？

## 消费券助力，热门商圈客流回暖明显

齐鲁晚报·齐鲁壹点记者  
刘飞跃 王杰 张永斌

### 购物券“眼花缭乱” 不少区县首次发放

“前几天比较忙，没注意，市中区发的消费券没有抢到，我抢了一些槐荫区的，能一直用到6月底！”家住济南槐荫区、工作单位在市中区的市民冯先生说，抢的消费券都是五折，以后出来吃饭能省下不少钱。

4月22日，济南市提前启动第四届文化和旅游惠民消费季活动，推出2000万元专项电子消费券。此前，济南累计发放文旅惠民消费券1424.87万元，用券192万元，带动消费538万元。

历下区也在“五一”假期举办了一系列消费促进活动。除了发放消费券，同时鼓励辖区行业龙头企业和大平台，举办各类营销活动。

齐鲁晚报·齐鲁壹点记者梳理发现，此前济南市各区县也曾发放过文旅消费券，如第三届市中区文化惠民消费季，市中区发放文化惠民消费券94.4万元，章丘区发放10万元，参与群众17.5万人，直接带动文化消费455万元。较之以往，如此大规模的餐饮、购物消费券的发放在各区县皆为首次。

在“五一”假期前，我省多市推出了品类丰富的消费券，有些城市刚推出几小时就被抢光。“我有消费券！”在这个特殊的五一长假里，消费券让消费者有了底气，激发了消费热情，也进一步打开了消费市场增长空间。

### 不仅能吃还能玩 有城市几小时被抢光

记者了解到，除了省城济南，为了提振消费，从三月份开始，我省其他市也纷纷推出了“消费券”。记者梳理相关报道，山东各地发放的消费券采取的主要模式包括提货券、抵扣券、免费券、直接补贴等，大致分为餐饮券、购物券、旅游券、文化券、住宿券等。

3月19日，济南推出1亿元文化旅游扶持专项资金，首批110万元文旅消费券，2天内领取完。4月4日，青岛发放“365万张惠民券”，首批15.5万张商超券、百货券在两个小时内抢完，第二批5万张“餐饮20元券”在50分钟内被抢光。

随后，淄博、威海、济宁、聊城、烟台等城市推出了少则几十万，多达上千万的消费券。其中，淄博市出资2000万元，威海陆续投放总额1000万元的消费券，烟台推出3000万元电子消费券，5月1日发放

后，每逢“1”日发放，截止日期为6月30日。

体育消费券第一天9分钟被抢空，第二天8分钟被抢空……日前，日照全面开启体育消费券发放，受到市民的追捧。日照市体育局联合34家体育企业，40多个体育场馆、俱乐部，向市民发放市级体育消费券50万元，同时撬动全市1.13亿元体育消费券。

### 热门商圈重现排队 “现在应该出效果了”

位于洪楼商圈的悦立方在这个五一感受非常明显，5月1日到5日，悦立方推出了新活动，市集和车展集合。“我们发放了30万元消费券，供顾客免费领取。现在能恢复到七成了，经过五一促销，应该就差不多了。”悦立方相关负责人介绍。

“目前，济南世茂广场、世茂宽厚里客流回暖明显，随处可见有序排队的现象。”5月5日，济南世茂广场相关工作人员介绍。

济南市政府法律顾问、济南大学政法学院教授袁曙光分析，受疫情影响，服务、外贸以及餐饮等行业受到很大影响，政府通过优惠券刺激消费，调动市民购物的积极性。“消费券是政府的一种宏观调控手段，也是一种红利。消费券会设置一些限制条件，目的是让老百姓出来花钱，到现在应该是出现效果了。”

相关链接

### 发挥乘数效应 长期短期相结合

有分析认为，消费券充分释放了被抑制的消费需求，同时，数字化时代的消费券能够更加精准地投放到政府想扶持的行业，通过高杠杆率实现“四两拨千斤”的作用，达到乘数效应。

与此同时，中国贸促会研究院国际贸易研究部主任赵萍直言，“目前并不是实行普惠式发放，而是针对不同行业，哪里需要补哪里。哪些行业受到冲击比较大，才向这些行业发放消费券，从而促进这些行业尽快恢复到正常消费水平。”赵萍说。

她认为，对于财政收入比较困难的地方，不太适合使用发放消费券的方式，毕竟消费券资金来自财政收入，必须考虑到地方财政承受能力。

“促进消费增长要把长期安排与短期措施相结合。”赵萍表示，短期目标主要注重消费回补，长期消费增长则应该注重从消费制度、消费环境不断完善的角度入手，建立更加完善的促消费长效机制。

据中新社

部分餐企小长假营业客流恢复到以前的五六成

# “报复性”下馆子？还得等等

齐鲁晚报·齐鲁壹点  
记者 戚云雷 任玉婷

### 饭店提供消毒套装 分餐逐渐被接受

5月1日上午10点半，虽然高新万达广场刚开门不久，但山东凯瑞商业集团旗下的高第街56号餐厅高新万达店里就已迎来不少客人。店门口，几名服务员一边发着宣传单页，一边卖力地吆喝招揽顾客。“凭此券在本店就餐，折上满100元再抵扣50元。”门口的牌子上贴着优惠活动的二维码。

尽管不少餐饮企业的客流量正在逐渐回暖，但对于防疫安全的把控仍然没有放松。一些餐厅会向没有戴口罩或者需要更换的顾客免费提供口罩，在就餐前，顾客可以用店内提供的一大

随着复工复产，受疫情冲击的餐饮业渐渐恢复了“精神”。但是，面对行业困境以及亟待重建的消费信心，处于“风暴”中的餐饮企业又该何去何从？“五一”假期，齐鲁晚报·齐鲁壹点记者走访了济南多家餐饮企业，探讨济南餐饮业如何在逆境中突围。

一小消毒“套装”进行消毒。

另外，就餐形式上也进行了优化。所有饭店都会严格限制每桌客人的人数，有的还设置了就餐分隔“一米杆”和就餐间隔桌，拉开了顾客间1米的距离。

分餐制越来越被大家所接受。胶东人家提供“分餐公勺”“分餐位上”两种形式，顾客可自由选择，四季厨房高新店菜盘内

全部使用加长公用餐具，还提供一次性筷子，凯瑞集团旗下门店在就餐时特设了超长分餐筷、大头分餐勺、分餐食品夹等防疫器具，减少人与菜品交叉接触。

### 多数餐企 未恢复到去年同期水平

自济南餐饮堂食复工以来，餐饮门店堂食占比虽然在逐渐恢复，但消费者受疫情影响，外出消费的意愿尚未恢复到疫前水平。为提振消费信心，不少餐饮企业纷纷出实招，通过发放代金券和消费券的方式，来唤醒市民走出家门“下馆子”的热情。

不过，齐鲁晚报·齐鲁壹点记者也注意到，虽然是“五一”小长假，餐饮企业也推出多项举措吸引消费者，但总体来看，济南的餐饮行业并未出现明显

的“报复性消费”。除了较少饭店的上客率能和疫情之前持平，多数餐企仍未恢复到去年同期水平。

“目前来看是没有报复性消费的。”5月2日，凯瑞商业集团市场营销总监侯明敬告诉齐鲁晚报·齐鲁壹点记者，他们抓取了5月1日的消费数据，甚至发现比预想的要差一些，按照他们之前的预想，五一假期各门店营业额能恢复到以前的七成左右，但现在只有五六成，“没有像原来一样成倍或者几倍地增加”。

侯明敬认为，之所以未出现预想中的报复性消费，是因为一些市民受疫情影响养成了节俭的消费习惯后，还没有完全放开。不过，侯明敬也表示，随着疫情防控总体向好，接下来餐企的“元气”也会逐步恢复，企业也需要创新发展方式。

