

4月30日至5月4日,中国20多个省区市、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 A06

2020年5月6日 星期三

编辑:许建立

美编:徐凌 组版:侯波

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 任玉停

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。

不
凡
五
一

