



新经济周刊



找记者 上壹点

A14-15

齐鲁晚报

2020年3月28日
星期六

洞
／
察
／
趋
／
势
／
预
／
见
／
未
／
来

□美编：陈华
□编辑：李晓东
□组版：刘燕



各地“因城施策”
政府请客提振消费

百亿消费券 怎么砸有讲究

给市民直接发钱、
大幅减税，还是发消费券，哪个更能提振消费，
拉动经济？

随着国外疫情的持续发酵，国内大批外贸订单被取消，通过刺激消费来拉动经济成了当下的不二之选。据不完全统计，全国多个省市
区宣布发放消费券，涉及总金额达110亿元。动辄千万起步
的消费券背后，各地图啥？又能否见到实效？

齐鲁晚报·齐鲁壹点记者 蔡宇丹

济南率先发“红包” 杭州豪掷16.8亿元

消费券，顾名思义，可简单理解为政府发放的消费补贴。它作为一种一次性或者暂时性的收入，往往被用来刺激消费。

在第一轮发放消费券的城市中，济南在全国抢了先。

3月2日，济南推出2000万元文旅消费券，以拉动文旅消费。各地发放消费券的大幕也由此拉开。

3月13日，宁波市宣布发放1亿元文化旅游惠民消费券。

3月13日，南京推出了力度空前的3.18亿元消费券。

3月20日，青岛市宣布将向市民发放3.4亿元健身消费券。

此外，辽宁、河北、浙江等省份陆续印发相关文件，浙江更是推出了总价达10亿元的文旅消费券，以及1亿元文旅消费大红包，甚至发文鼓励每周只上4.5天班。

2009年在国内第一个“吃螃蟹”发放消费券的城市杭州，在3月26日发布消息，自27日起，将陆续向全体在杭人员发放16.8亿元消费券。

2009年，为应对全球金融危机，杭州市分三批发放总额达9.1亿元消费券。杭州市社消零售总额在当年3月见底后迅速反弹，远超全国速度。据抽样分析，杭州平均每张10元旅游消费券可以拉动289.45元的旅游消费，效果显而易见。

为何浙江要拿出这么大的力度？

作为民营经济大省，浙江的民营经济创造了全省65%的税收、65%的生产总值、77%的外贸出口、80%的就业岗位。同时，浙江还是外贸大省。2019年浙江省进出口总额突破3万亿元，外贸出口增长贡献率居全国首位。

而现在，浙江省外贸出口正遭受海外疫情的冲击。绍兴作为全球



3月2日，济南推出2000万元文旅消费券，以拉动文旅消费。

最大的纺织贸易集散地，海外疫情暴发后，绍兴柯桥迎来史上最大撤单、弃货潮，64.8%的纺织企业订单被取消，78.4%的纺织企业订单减少。

为了提振内需，绍兴除了发放1.8亿元消费券外，还要求今年全市机关、事业单位休养都安排在绍兴市内，并且原则上要求各单位80%以上职工在6月底完成疗休养，旨在促进消费增长，加快经济全面复苏。

钱往哪砸有讲究 根据产业量身定制

消费券的目的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，目的是促进这些行业尽快恢复到正常消费水平。

深圳罗湖区是截至目前深圳各区唯一发放消费券的。从GDP看，罗湖区的GDP排在南山、龙岗、福田、宝安之后。与深圳其他以制造业或高科技产业为支柱产业的区相比，罗湖区与消费相关的行业实现的增加值占GDP比重达到25%-30%，批发零售、住宿餐饮的企业数量占到罗湖全区一半左右，

只有把消费搞上去了，这一批小微企业才能得以生存。

另外，长沙和广州推出了汽车消费补贴，这也是针对区域经济的支柱产业搞的补贴。

长沙的支柱产业除了三一重工和中联重科这样的工程机械巨头外，还聚集了广汽菲克、上汽大众、广汽三菱、比亚迪等车企，汽车产业是长沙着力培育的千亿产业。长沙市发改委出台的促进汽车消费的补贴政策规定，消费者购买“长沙造”的上汽大众、比亚迪、广汽三菱、广汽菲克以及湖南捷豹汽车，并在长沙上牌的，每台车最高补贴不超过3000元。

哪里需要补哪里，这一点在宁波身上体现得也十分明显。今年头两月，宁波游客同比下降69%，实现旅游收入92亿元，同比下降72%。此次，宁波推出1亿元文旅消费券，强力刺激宁波旅游业。

2009年，受国际金融危机影响，南京曾发放过2000万元“南京乡村旅游消费券”，由于这些消费券使用限制很大，只能用于部分边远景区，结果最终还剩下8900份无人领取。

发放消费券，要让人看到诚意。这一次南京发放总计3.18亿元消费券，重点支持了餐饮、零售、旅游等受疫情冲击严重的服务行业，做到了精准扶植。南京发放了5000万元消费券后，5天消费了942.93万元，除去抵扣金额外，带动消费金额613万元，效果立竿见影。

投放用上大数据 定向撒钱更精准

比起2009年消费券投放时的简单粗放、大水漫灌，今年这一轮消费券投放因为用上了大数据分析，可谓定向精准撒钱，具有明显针对性。数字技术的参与，让消费券发放的组织发起方式、发放方式、发放对象等多方面都实现了突破。

以绍兴来说，首轮投放42万份消费券后，后续将通过大数据分析

对公众消费倾向、各类消费券使用率等信息进行分析，即时调整下一轮消费券投放类别和金额配比。

深圳罗湖区计划4-6月发放3000万元消费券，与微信和支付宝进行了合作，对零售、住宿、餐饮等行业的客单价均值和折扣均值进行了大数据测算，获取了一个较为合理的奖励比例，针对不同行业设计了不同的消费券面值。比如餐饮平均折扣在7.5折左右，设计了25元和50元两种面值。

同程艺龙的数据显示，3月12日-18日，用户搜索五一前后出发的航班量峰值周环比增长达到80%。

这次浙江发放10亿文旅消费券，就是要抓住旅游业报复性反弹的机会。

砸多少看地方财力 疗效如何涉及因素多

“抢到消费券，我报复性地去吃了……”这句话，肯定是现在很多发放消费券的地方政府最想听的。但是，报复性消费和收入水平息息相关，如果口袋空空，报复性消费也会打折。加之消费券的本质就是政府将公共预算中的一部分直接返还给纳税人，让纳税人根据自己的需求选择消费对象，对刺激经济只有短期作用。

所以，有没有能力发消费券、发多少，这和地方政府的财力有关，政府口袋里有钱才能撒钱；发放消费券的效果好不好，就牵扯到老百姓敢不敢花钱的问题，这需要从人均可支配收入、人均消费支出等数据来看，从衡量居民消费结构的恩格尔系数来分析。

用数据说话——

从2019年一般公共预算收入看，深圳9424亿元、苏州2221.8亿元、杭州1966亿元、南京1580亿元、宁波1468亿元、青岛1241亿元、济南874亿元、绍兴528亿元。

从上述数据看，除了绍兴外，出手发上亿元消费券的城市，地方财力都不弱。

这其中，土地出让金对地方财政收入贡献很大。2019年，杭州以2836.6亿元的土地出让金（卖地收入）排在全国第一位，上海排第二。这一次，不发消费券直接撒钱发补贴的，也是这两个城市。

上海市对春节期间支持疫情防控工作的重点企业、受疫情影响较大的困难行业给予就业补贴，前者每人1500元，后者每人800元。企业补贴上限为500万元，这也相当于“直接发钱”了。

从2019年人均可支配收入看，上海6.94万元、北京6.77万元、深圳6.25万元排前三，济南为5.19万元，青岛是5.44万元。

以2018年济青两地恩格尔系数看，青岛城镇居民的恩格尔系数为28.3%，济南为23.5%，这意味着在物价和生活成本上，青岛要高于济南，反映在用消费券拉动消费的效应上，青岛或将弱于济南。

齐鲁晚报·齐鲁壹点记者注意到，在发放消费券的问题上，国家发改委在3月18日举行的新闻发布会上回应，地方出台政策要考虑地方财政承受能力，要让市场主体和人民群众真正受益。

为了提振经济，西方国家更多采用“直升机式撒钱”模式，而中国的消费券主要是针对“最迫切群体”有针对性地发放，目的是提升消费欲望。

但消费券的发放，不仅仅是各地市简单的财力比拼。如何以更大力度，更精准手段让消费迅速“回血”，提振经济，这又一次体现了一个城市的治理水平。

相关链接

消费券好是好，但也引起部分网友担忧，会不会引起物价上涨？其实，这是多虑了。

首先，发放消费券并不是通过增发货币实现的，而是通过财政手段。也就是说，钱并没有变多，当然

消费券会不会造成物价上涨？

也就谈不上引起通胀和物价上涨。

其次，目前发放的并不是普惠式消费券，而是针对那些受疫情影响较大的餐饮、文旅等服务性行业，是为了促进这些行业尽快恢复到正常水平，而不是过度

刺激消费。

同时，目前发放消费券主要集中在浙江、江苏、山东等经济相对发达地区，这些地方的财政有能力负担。

不少专家也已提出，要合理使

用消费券，不建议、不提倡长期发放消费券补贴。也就是说，发放消费券只是权宜之计，不可能变成长期行为，因此不用担心会产生负面效果。

综合