

# 如何让消费券发挥“四两拨千斤”的作用

近期,济南、南京等多个地方推出了力度空前的消费券方案,金额从几千万元到上亿元不等。此举着眼当下,从需求管理入手,通过增加民众购买力来提振消费,这种探索的勇气值得肯定。但相较于我国去年已超过41万亿元的社会消费品零售总体量,发放这些消费券能否起到“四两拨千斤”的作用,关键还要看发放消费券能否兼顾当前与长远,能否充分把握好“时度效”,能否做到科学决策,合理设定发放规模、使用期限和侧重范围等。

消费券就是可以用来购买消费品,但不能兑换成现金的票证。企业发放消费券相对普遍,被认为是一种扩大市场的促销手段。在日常情况下,政府发放消费券,不仅会直接影响人们的消费行为,也会对公共资源配置效

率产生影响,所以并不经常应用于政策层面。但在非常时期,消费券可以发挥独特作用,带动宏观经济链条加快运转、正向循环。国内外已有较多实践经验,印证消费券所具有的短期“疗效”:有助于扩大需求,带动生产端的回暖,从而稳定就业,居民收入也会随之增加,再传导回居民消费,使其获得更坚实的基础。

正因为消费券有助于重燃消费热情但又是一项短期政策举措,使用时要特别注重时机和影响,力求做到定向实施、精准投放。只有关注到不同行业、不同人群和不同地区的切实需要,才能既把被抑制、被冻结的消费释放出来,又不过度透支未来。

从行业看,要雪中送炭,激发潜力。以餐饮、文娱、旅游和实体商业超市等为代表的线

下服务和零售消费,在疫情防控期间遭受较大冲击。当前全国疫情防控形势持续向好,在低风险地区开启消费券的发放,有望振奋因疫情被冰冻的城市服务业。针对受疫情影响而明显被抑制的家电、家居、汽车等耐用品消费需求,也可运用消费券、消费补贴或折扣等形式,鼓励线上线下联动促销,挖掘消费潜力。

从人群看,要靶向明确,扶弱济贫。消费券政策能发挥一定的民生保障作用,可重点向困难人群、特殊人群的生活保障需求倾斜。江苏南京近日宣布的7大类消费券举措中,就含有困难群众消费券,目标对象包括城市低保边缘户、分散供养的孤儿及困境儿童等。

从地区看,要结合实际,量力而行。不要跟进发放消费券,很大程度上取决于各地财政收支情况。这就要求地方政府审慎评估自身财政承受能力,根据当地经济恢复的实际需要,研究制订相关决策部署,能发放的要科学合理安排发放金额,不能发放的也不宜盲目跟风。

此外,发放消费券的工作,既要财政专项资金向消费提振工作给予一定倾斜,也要从体制机制上做好实施评估,建立完善政策效果的评价指标体系。相关部门要积极跟踪分析,支持地方结合自身实际有针对性地推出一批务实管用的政策措施,确保市场主体和广大人民群众真正受益,把好事办好。

(何凡)

## 一家之言

随着国内抗疫斗争取得阶段性成果,连日来各省部分援鄂医务人员陆续撤回,受到市民和相关部门的热烈欢迎和深切问候。然而,个别单位和企业在关心、慰问医务人员过程中,却没有遵循正确的“打开方式”,令人大跌眼镜。

近日引发争议的,是一张“河北唐山开滦总医院领导站在医护之前‘集体抢镜’”照片。照片中,一排领导站在隔离酒店的台阶前,医务人员站在后面的台阶上,“大半个身子都被前面的领导们挡住了,完全沦为配角”,因此被不少网友质疑。按照院方的说法,由于援鄂归来的医务人员处在隔离期间,不能随意走出隔离点,所以领导才站在了前面,并强调“领导也不能带头破坏规矩,所以只好这样站位,希望大家不要误解”。此解释虽说得通,但也有点勉强。一则,它回避了其他变通方式的可能,比如可以让领导们远远站在后面的台

## 关爱,要有正确的“打开方式”

阶上;二则,它提出了新问题,为什么原本还有领导与医务人员远远交流的照片可选,却偏偏选了这张。

姑且认为发布者是无心之失吧。接下来的另一起争议事件,就更值得警醒。据报道,贵州白酒交易所日前向贵州援鄂医务人员推出“定向福利”,“只要关注贵州白酒交易所官方微信,提供相关资料,经核实后,即可按1499元/瓶的价格购买53度500ml飞天茅台6瓶”。不知道想出此举者是不是本着“有人出人,有力出力”的原则,但在很多网友看来,却难逃借着关爱医务人员搞营销的嫌疑。举国上下同舟共济抗击疫情,对很多企业来说,表达关爱、彰显社会责任当然应基于自身能力,无论是制造企业送空调,还是景区免票,即便不排除营销的成分,但终究这些是务实的、医务人员用得上的。相比之下,该交易所的“让利促销”,不但与每个人的实际需求有点远,还要把

关注官方微信作为前提,难怪网友看不惯了。

新冠肺炎疫情发生以来,广大医务人员坚持战斗在抗疫一线,书写了人间大爱。对此,政府相关部门落实政策,企业和个人尽己所能表达关爱,都是合情合理的。关键是,无论什么形式的关爱,既要出自真诚,更要落实到医务人员切身利益和需求上。河南省卫生健康委日前在官方新闻发布会上再次明确,不得将一线医务人员轮休、隔离天数计入本人带薪年休假期,不得向轮休的一线医务人员安排工作任务;此前,广东多部门出台举措,设立专项慰问资金,要求双职工尽量不同时到一线,建立健全对一线医务人员及其家属心理辅导……这都是实实在在的举措,是关爱医务人员的正确“打开方式”。

一句话,少点口惠实不至的作秀,多帮助解决实际问题,就是对广大抗疫一线医务人员最好的关爱。(子长)

## 观察 南北

### 破解租金纠纷 要走出“零和思维”



本应是消费旺季的二三月,因为一场大疫蒙上阴影。近来,受困于客流锐减,销售额下滑,服装、餐饮等行业受损严重,不少商户呼吁业主“减免租金”,一些纠纷已发展为社会群体性事件。当租金纠纷成疫情“次生灾害”,如何破解?

事实上,对于商户的处境,多数人能够理解。但当问题转化为“该不该减租”时,租赁双方往往各执一词。商户认为,疫情是飞来横祸,应体现“患难与共”的精神;业主则认为,平时赚了钱也没见分红,为啥亏欠就需要“有难同当”,再说每月的贷款谁来还?

如何破解这一难题?最重要的是走出“零和思维”。面对疫情,商户、业主既是博弈双方,也是利益共同体。若无力承担房租的商户选择退租或集体罢市,长远来看,业主也将蒙受损失。对于政府而言,若放任不管,矛盾持续激化,将引起不少社会问题,迟滞复工复产进度,酿成“多输局面”。

因此,政府需发动基层组织和社力量,多措并举调解协商。一方面,发挥行业协会、商会、工会等组织的影响力,在业内引导成员单位合理谈判,避免矛盾尖锐化;另一方面,由街道或商务部门介入,作为中间人公证协商,妥善化解双方矛盾。在具体协调过程中,视商户经营情况,通过呼吁租金打折、延缓交租等多种方式,减少双方负担,达成共赢。

值得注意的是,政府介入不意味着“拉偏架”。“减租是情分,不减是本分”,业主同样有难处,不能将“救助”的责任推给业主。对于减租业主,可考虑给予其延缓贷款期限,适当减免利息等政策,以此起到示范带动作用。

此外,针对减租呼声背后的“复工难”问题,政府可对症下药予以帮助。在这方面,前有厦门等地出台政策,通过奖励鼓励餐饮企业转型线上业务,后有重庆副市长带头“下馆子”吃火锅,都是值得尝试的探索。正如部分商户所言“呼吁减租并不奢求能够减租,更多的是想让社会关注到中小企业的困难”,困难时期,除了要求业主和商户有“共克时艰”的担当,政府也应有为企业解困纾难的作为。(吴剑锋)

## 致敬医护人员 是最好的开学“第一课”

3月23日,新疆阿克苏市中小学开学复课的第一天,两名小学生放学路上经过一家医院时,主动向穿着防护服的医生敬礼并深鞠躬,医生也向她们回礼。两名小学生说,她们想表达谢意和敬意,如果没有医护人员的艰苦努力,同学们就不能安稳上课。不禁令人由衷地感叹,这是多好的开学第一课啊!

今年春季学期的开学的确来得有点晚,但是这个加长的寒假,同样也让孩子们和家长们一起,接受了一场课堂设在家里的生命教育。不仅有对大自然的敬畏,还有对野生动物的保护;不仅有服从隔离的自觉,还有战胜病毒的信心;不仅关切武汉的疫情,还有对家园的守护……

而面对一线医护人员的舍命相拼,孩子们又何尝不对他们充满了敬意与感激?援鄂医疗队员们的一桩桩感人肺腑的故事,为抗击这场突如其来的疫情赢得了成功的机会,也救治了众多感染的患者,稳定了全国人民的心。不管是对他们逆行时的果敢,还是凯旋后的转身,全国人民给予了他们最美的礼赞,他们是我们心中的英雄。对于那些虽未踏上援鄂征程而坚守战斗在本地抗击一线的医护人员,我们同样报以钦佩与感激。

全国各地普遍开学还有时日,目前各地在陆续开学复课过程中,不管是教育部和央视联合播出的“开学第一课”节目,还是各高校自发组织的“开学第一课”内容,我们建议将对一线医护人员的敬意,化为一堂堂很有意义的教育。不必都是老师讲课,在疫情防控条件许可的情况下,不妨邀请医务代表到学校讲述他们的战斗故事,并接受孩子们面对面的敬礼鞠躬,让相关教育更加有实体感受,更加赋予教育的深远意义。(周稀银)

## 交钱才能进小区 莫给外卖小哥“添堵”

3月24日,西安市雁塔区,有外卖小哥反映:甘家寨社区居委会日前对外卖骑手进小区取餐、送餐作出“规定”:每月收50元月费,否则不让进。一名外卖小哥表示:由于刚复工,每天好一点也才能挣一百多元,担心周边其他小区效仿。对此,涉事居委会表示:收费是为约束骑手横冲直撞,而不是单纯为收钱。

此次战“疫”中,外卖骑手群体的劳绩不该被忘记。是他们,通过辛勤劳动,保障了在家隔离者等宅男宅女的基本饮食;是他们不惧风险,挺身而出,承担了米面菜蔬等赖以生存物资的代买配送服务,保障了很多家庭、病人的基本生活维持。

现实中,或许存在个别外卖骑手在小区内横冲直撞的现象。但涉事居委会作为社区管理者,大可进行提醒、告诫,诸如在小区门口设置警示标牌等。此外,各外卖平台本也没有“黑名单制度”,以制约那些违反职业规范操守,存在诸如泄露用户地址电话、恶意损坏外卖、屡次交通违章等不良行为的骑手。总之,居委会有很多约束外卖骑手的办法,但不该推行“交钱才能进小区”的土办法。

何况,涉事居委会出台“土办法”,以“卫生费”名义向外卖骑手收取月50元的过路费,并无任何的法律依据。对收入本就不算太高的外卖骑手来说,这些额外的费用也会成为他们不可承受之重。

在这复工复产的关键时刻,“添堵”的行为显然不合时宜。眼下,人们最为期待的,无疑是生活的“重启”。如何让日子早日回归正常秩序,去除不合理的障碍,才是当务之急。为了外卖小哥的工作方便,也为了社区居民的日常生活,涉事社区居委会或许应该重新思考一下,怎么做才更妥当。(晓晓)

## “主动确认收货” 集聚善意的力量

从“系统默认收货”,到“主动确认收货”,疫情发生以来,淘宝上很多剁手党的习惯悄悄变了。淘宝24日发布的数据显示:过去一个月,全国有2.66亿消费者在收到货之后,在淘宝上主动点击了“确认收货”。变化的背后,是2.66亿人对1000万中小商家的善意——消费者收货之后,主动选择“确认收货”,商家就会立刻收到货款。

确认收货的方式与时间发生一些改变,这在生活中属于很微小的变化,并且操作起来也十分简便。然而,这样的微小变化对于中小商家而言,却能产生至关重要的影响。平时,商家在网上销售商品,按照网购规则,系统默认收货后,平台才能付款,回款需要花费较长时间,现在消费者主动确认收货,就能迅速回款。

疫情期间,不少企业面临资金周转困难,中小企业更是如此,为此,国家推出了不少扶持政策,比如简化贷款程序、减免或缓收部分费用等。政策可以拉一把,消费者同样可以,要知道,回款慢导致资金周转慢,中小企业往往拖不起,假如按照过去的回款方式来操作,势必会有更多中小企业陷入困境。消费者主动配合,就能汇涓成流。事实也的确如此,在短短的一个月之内,全国有2.66亿消费者主动点击了“确认收货”,说明消费者普遍愿意通过一己之力,帮助企业渡过难关。

可别小看了这一举手之劳所产生的作用,由2.66亿人一起完成的接力,让淘宝上的中小商家们拿到了数千亿元的货款,随着消费回暖,他们的生意也在逐步回归。也就是说,由于参与的人数众多,一个微小的善举产生了众志成城的力量,假如有人想寻找众志成城的现实案例,这一次行动就很有代表性。(秋实)