

# 安徽：四两拨千斤 “券”动消费者

## 新增长新活力

聚焦经济发展中的身边亮点

当前，复工复产正在进行时，更要“复吃喝”“复买买”。近日，我省合肥、宣城、阜平等地接连发放大量消费券，疫情期间被抑制的消费需求得以释放，“四两拨千斤”提振消费信心。

□ 记者 张贤良

### 多地陆续向市民狂撒“红包”

“这段时间‘憋惨了’，趁周末专程带孩子来买点他念了好久的小吃，而且可以用支付宝电子消费券。”4月5日中午，在合肥市淮河路步行街的一家特色烤鸭店外，顾客们有序地排成一条长龙，牵着儿子小手的彭女士对记者说。

随着疫情防控形势逐渐好转，合肥市庐阳区向市民狂撒“红包”，“2020嗨购庐阳·暖心消费节”。3月23日发放300万元的现金消费券，参与企业累计实现销售额近6000万元；4月4日，该消费节第二阶段再向合肥市民发放千万元消费券。消费者通过支付宝领取168元淮河路步行

街区专属消费券，含40减18餐饮券、100减50餐饮券、200减100百货券各一张……以吸引消费者旅游观光、进店购物、逛街消费。

记者在采访中发现，连日来我省肥东县、宣城市、颍上县等地也推出了各种“花式”促销活动，尽管各地消费券发放主题各异，但殊途同归。而京东到家联合沃尔玛、永辉、华润万家等众多品牌，在4月5日至4月16日，面向合肥市民发放400万元暖心消费券。

安徽全省19家万达广场在整个四月份每天都会发出400张50元面额的电子消费券，覆盖所有参与活动的餐饮和服装服饰商户。而在全国，南京、济南、宁波、深圳、杭州等许多地区最近都派发了消费券，包括咖啡券、购物券、美食券、酒店券、图书券等。

### 消费者与商家双方皆受益

过去两个多月，疫情统计数字让人倍感焦灼，当人们终于能够走出家门，消费季的启动和消费券的发放传递着一种欣喜。

在合肥长江中路的一家餐厅，市民刘先生说：“一顿饭100多元，用上这个券，对我们来说肯定是很划算的。如果没有这个券，我们可能就自己在家做饭了。”

有研究表明，消费券对消费的额外拉动作用在10%~40%之间，即相比于没有发放消费券的情形，发放100元消费券后，能够多带来10元~40元的消费。

“政府发放消费券，我们肯定是非常欢迎，虽然这个券是补贴给消费者，但是最终还是我们商家受益。”合肥一家餐饮店负责人如是说。

随着复工潮的来临，各个行业都在为复苏经济摩拳擦掌。消费券作为促进商贸服务业数字化升级的新方式，能推动多种业态消费需求分阶段释放，推动市场回暖和消费回归。截至目前，还有不少地方正在谋划

出台促消费政策，一大波促消费礼包正疾驰而来。

业内人士分析，消费是整个经济循环的起点，也是终点。如果居民消费持续稳定增长、消费潜力充分释放，就能帮助企业将生产转化为效益。由是观之，提振消费成为城市恢复“元气”的一大关键。

### 消费券可短期刺激消费

自新冠肺炎疫情发生以来，基于疫情防控需要，各地居家隔离和众多行业延迟复工，对生产、服务性消费产生较大影响，尤其是餐饮、住宿、文旅、出行等服务性消费行业。

数据显示，1-2月份，社会消费品零售总额同比下降20.5%，其中，商品零售下降17.6%。出行类商品零售额下滑明显，限额以上单位汽车类和石油类商品同比分别下降37%和26.2%；餐饮收入大幅下降43.1%；限额以上住宿业客房收入下降近50%。

有关专家指出，消费券在短期内可以达到“四两拨千斤”的作用。疫情改变了人们的消费理念，也在改变商业形态。疫情期间被抑制的消费需求，最终会得以释放，这就是实实在在的新商机。正如一位合肥市民所言：“1个多月没逛商场了，听说最近优惠力度大，赶紧来添置一些，要打扮得美美的，不负春光。”

通过发放消费券，以政府财政购买的方式变相给消费者打折让利，可以激励消费购买，提振消费动能，释放有效社会需求，在一定时期内可以有效刺激消费，起到拉动经济的作用。尤其是，随着近年来消费对我国经济增长的拉动和贡献率不断凸显，当此疫情防控初见成效和复工复产初启之时，以发放消费券的方式拉动消费，刺激经济增长，适逢其时。



## 合肥3月份新增市场主体1.5万余户 商家各显神通推动经济“升温”

随着合肥企业复工复产的有序推进，各类市场主体发展迅速回温，大众投资信心明显增强。4月9日，记者从合肥市市场监督管理局获悉，3月份，合肥共新登记各类市场主体1.5万余户，环比增长783.66%。与此同时，随着疫情形势向好，商家线上线下齐发力，助推经济全面“升温”，城市的“烟火气”正在逐步回归。

□ 记者 王玮伟

### 市场主体总数达到103.04万户

记者从公布的数据上看到，3月份，合肥市共新登记各类市场主体15411户，同比下降30.62%，环比增长783.66%；新增注册资本441.75亿元，同比下降24.54%，环比增长709.94%。截至2020年3月底，合肥市市场主体总数达到103.04万户。

从各类型市场主体发展情况来看，和去年同期相比，各类市场主体小幅下滑，下滑程度较大的是农民专业合作社及私营企业，个体工商户及外资企业环比增幅较明显，复工复产推进情况良好。其中外资企业新登记18户，注册量已恢复至去年同期的85.71%；外资企业新增注册资本0.19亿美元，同比增长35.35%；外资企业注册资本不降反升，环比增长1314倍，显示出较强的投资意愿。

从产(行)业分布情况来看，合肥第一产业新登记市

场主体户数为347户，同比下降31.96%，新增注册资本为3.75亿元，同比下降56.91%；第二产业新登记市场主体户数为1967户，同比增长6.50%，新增注册资本为142.66亿元，同比增长25.22%；第三产业新登记市场主体户数为13097户，同比下降34.03%，新增注册资本为295.35亿元，同比下降36.18%。其中第二产业复工复产情况恢复良好，新登记市场主体户数及注册资本均出现“双”增长，分别增长了6.5%和25.22%。“电力、热力、燃气及水生产和供应业”“卫生和社会工作”“制造业”等生产性、生活性、社会性的相关产业出现同比增幅，其他行业仍同比下降，还未恢复到去年同期的水平。“金融业”“教育”“房地产业”等行业群众投资信心仍有不足。

### 合肥夜经济渐渐被重新“点亮”

合肥市民喜爱夜间消费。但受新冠肺炎疫情影响，合肥市区街道一度空荡荡，餐饮店、健身房等关闭。合肥市场监管部门要求全市复工复产，餐饮企业须严格执行疫情防控要求，实行报备制；部分商户开放堂食，合肥夜经济渐渐被重新“点亮”。

“所有女生，看看我手里的三文鱼卷，你不心动吗？平时399，今晚只要299，买它！”4月8日晚，合肥1912街区，网红主播“妮娜”正在直播介绍一家新晋日料餐厅。复工以来，这家餐厅一直在通过支付宝平台进行推广，

老板说，当晚是最后一次优惠活动，眼瞅着每天晚上来店里的客人日益增多，回头客也越来越多，生意火了。

需求的回暖，也让商家寻找到了新商机。商家可谓各显神通，联合各类平台搞起“云促销”，秒杀优惠、爆款新品、直播带货，线上线下各出奇招。记者从支付宝联合口碑、饿了么发布的《合肥夜经济指数》中看到，最近一周，合肥夜间消费最活跃的商圈前三分别是绿地缤纷城、悦方IDMALL和1912街区。

采访中，合肥中皖金大地1912东西街项目总经理周菊红表示：“目前街区营业门店数量已恢复近八成，3月以来，街区的外卖订单均在持续增长。同时，街区的到电消费开始陆续回温，最近一周订单量环比上月翻倍。”

据了解，该街区在疫情期间减免15天租金及物业费；线上补贴近500份现金礼包，包含25家餐饮商户每家近200张30、80元无门槛现金券；并与商户联合设立：“无人值守-爱心补给站”免费为环卫工人、外卖小哥、快递小哥、交警、城管等城市守护者提供饮品、面包、零食、鸡蛋、盒饭、花束等物资补给。

口碑安徽区总经理有皓表示，过去2个月，口碑协助1912街区60余家餐饮商户“免费开店，团购商品上线”，2-3月针对部分商户提供了免佣金的服务，通过支付宝318城市生活节和直播直播对街区客户做流量加持，有效地助力消费复苏。