

后疫情时期重振居民消费市场的困难及对策研究

——以武汉市为例

吕衍超¹

(中共武汉市委党校, 湖北 武汉 430000)

【摘要】: 居民消费市场的回暖能显著促进地方乃至全国经济的恢复。我国拥有庞大的消费市场,这给经济复苏提供了巨大的动能。后疫情时期,重振居民消费市场成为经济复苏的主要着力点。然而,后疫情时期居民消费市场依然面临消费价格上涨及社会消费品零售额下降,居民收入较疫情前普遍减少,市场不确定性影响消费预期,聚集性消费行业疫情防控难度较大等困难。以武汉市为例,为恢复地区消费市场,需因地制宜,大力推广消费市场的数字化建设,打造国际化消费中心城市,深入开展放心消费建设,推动旅游文化消费融合发展,适时培育和发展夜间经济,探索消费券模式,畅通消费维权渠道,打造诚信公平的消费环境,刺激地方消费的复苏,进而带动整个经济的恢复。

【关键词】: 消费市场 经济复苏 后疫情时期

【中图分类号】: F2 **【文献标识码】:** A

消费对经济的拉动是显著的,供给端的复工复产必须与需求端的消费活力有效匹配,才能保障经济平稳健康运行。后疫情时期,重振消费市场成为经济复苏的重要课题。

2020年3月4日召开的中共中央政治局常委会提出“要把复工复产与扩大内需结合起来,把被抑制、被冻结的消费释放出来,把在疫情防控中催生的新型消费、升级消费培育壮大起来,使实物消费和服务消费得到回补。”3月13日,国家发改委等23个部门联合印发《关于促进消费扩容提质加快形成强大国内市场的实施意见》,明确了提振消费的宏观政策,为地方政府指明了政策方向。后疫情时期,提振地方消费市场,大力促进消费回补、释放消费潜力,成为地区经济复苏的重点。随着复工复产进度加快,供给端满足本地市场的能力逐步恢复,快递物流行业基本恢复正常运转。后疫情时期,在常态化防控的前提下需有序放开消费市场,促进消费回补和潜力释放,使之与供给端逐渐恢复的产能相适应。以武汉市为例,虽然武汉市经受了新冠肺炎疫情的冲击,消费市场潜力依然巨大。然而,后疫情时期提振武汉市消费市场任重道远。

1 重振武汉市消费市场面临的困难

76天的“封城”给武汉市消费市场带来了不小的冲击。“封城”期间,除居民基本生活物资保障外,全市消费市场几乎停滞,消费活力被显著抑制。后疫情时期,鉴于疫情防控压力仍然存在,市场抑制因素尚未完全消退,重振武汉市消费市场面临以下四个方面的困难:一是居民消费价格上涨,社会消费品零售额下降;二是居民收入较疫情前普遍减少;三是市场不确定性影响消费预期;四是聚集性消费行业疫情防控难度较大。

作者简介: 吕衍超,男,中共武汉市委党校讲师,研究方向为发展经济学、生态经济学、消费理论。

基金项目: 湖北省党校系统科研合作课题“后疫情时期重振居民消费市场的路径研究”。

1.1 居民消费价格上涨,社会消费品零售额下降

据国家统计局发布的数据显示,一季度CPI比去年同期上涨4.9%,涨幅比去年同期扩大3.1个百分点,比去年四季度扩大0.7个百分点。社会消费品零售总额78580亿元,同比名义下降19.0%。其中,除汽车以外的消费品零售额72254亿元,下降17.7%。前两个月CPI上涨较多,1月份环比上涨1.4%,同比上涨5.4%,2月份环比涨幅回落至0.8%,同比回落至5.2%。其中,城市上涨4.8%,农村上涨6.3%;食品价格上涨21.9%,非食品价格上涨0.9%。

武汉市作为受疫情影响最严重的城市,一季度消费市场受到严重影响。根据武汉市统计局发布的数据,武汉市社会消费品零售总额994.74亿元,比上年同期下降45.7%。限额以上社会消费品零售额下降45.4%,其中3月份下降61.2%,降幅比2月份收窄16.0个百分点。分行业看,一季度限上批发业销售额、零售业销售额、住宿业营业额、餐饮业营业额分别下降37.8%、44.9%、39.8%、56.5%。从商品类别看,一季度16个商品大类零售额同比均有所下降,降幅最大的是家具类下降77.5%,最小的是中西药品类下降10.3%。从数据可以看出,居民消费价格普遍上涨,社会消费品零售额普遍下降,居民消费市场受到不小冲击。

1.2 居民收入较疫情前普遍减少

“封城”期间武汉市绝大多数中小企业停产停业。而中小企业涵盖全市大约80%的劳动就业。这意味着全市80%的劳动就业者在2-3月份的收入受到极大影响。多数中小企业在停产停工的境况下无法正常支付员工的工资,很多企业采取停薪留职、甚至是裁员的方式渡过危机,导致武汉市中小企业的劳动者在2-3月份处于无收入的状态。据调查,即使处于快速增长期的中小企业,受疫情影响2-3月份员工的收入也会下降近50%,收入降幅明显。在房贷、车贷、信用卡还款等刚性压力下,个人可支配收入进一步压缩。居民可支配收入的大幅度减少,直接导致消费力的降低,将对居民消费提振和回补产生巨大的障碍。

1.3 市场不确定性影响消费预期

出于市场的不确定性,城乡居民家庭会普遍调整消费预期。部分抽样调查显示,武汉市普通居民在疫情过后大多不会进行补偿消费,会选择减少不必要开支增加储蓄。后疫情阶段武汉市经济发展的不确定性极大地影响了武汉市居民的消费预期,居民的消费意愿减少、储蓄倾向增多。在消费品价格普遍上涨的情况下,居民消费预期普遍疲软。

据初步调查,武汉市居民家庭消费支出普遍减少58.33%。从湖北省范围来看,半数城市和郊区、60%的县城乡镇和70%的农村家庭消费支出在1万元之内。在家庭消费支出排序中,1至3月,食品、健康和成为城市居民家庭支出最多的三项,但2019年同期,人情消费、旅游和服饰是湖北省城市居民家庭消费的重点。武汉市乃至全省居民对未来的不确定性将导致消费预期的改变,将可支配收入更多用于储蓄和必需品的购买,抑制非必需品的消费需求。

1.4 聚集性消费行业疫情防控难度较大

后疫情时期城市居民会有意减少人数较多的封闭式聚集消费,提高线上消费频率,增加健康领域支出,如健康保险、日常体检、健身等。在逐步解封的前提下,普通居民将会优先考虑交通、旅游、餐饮、娱乐、健康、人情、教育等消费领域。上述消费领域多为聚集性消费,对防控治理带来了极大的挑战。其中受影响最大的消费行业是餐饮业、旅游业和影视行业,1至3月损失巨大,行业几近停滞,亟待政府出台扶持政策并全面恢复市场。这些需要通过群聚效应产生收益的行业,给后疫情时期武汉市的信息追踪和防控带来了压力,防控难度较大。

2 后疫情时期重振居民消费市场的对策建议

以武汉市为例,随着武汉市复工复产复商复市步伐的加快,供给端的发力亟待需求端的匹配。要全力提振武汉市消费市场,加

快消费回补、释放城市消费潜力,在需求端为武汉市居民努力营造“能消费”“愿消费”“敢消费”的市场氛围,提升消费者信心,在后疫情阶段保障武汉市消费市场逐步回暖。地方政府各部门需通力合作,出台相关政策,形成政策合力,切实保障消费市场逐步恢复:一是大力推广消费市场的数字化建设;二是打造国际化消费中心城市;三是深入开展放心消费建设;四是推动旅游文化消费融合发展;五是适时培育和发展夜间经济;六是探索消费券模式;七是畅通消费维权渠道,打造诚信公平的消费环境。

2.1 大力推广消费市场的数字化建设

一是推进数字化信息化服务与传统消费市场深度融合。在后疫情阶段大力发展“网上菜场”“网上餐厅”“网上超市”等数字消费新模式新业态,以消费市场为导向在武汉市培育一批示范企业和项目。鼓励实体商业通过数字化平台和AR、VR技术开启“云逛街”等新模式,繁荣居家“宅消费”;加快推广湖北省农产品线上销售和服务新模式,创新社区集采集送等无接触式消费模式,逐步探索发展无人超市、无人商店、无人餐厅等新零售业态。

二是大力发展“互联网+医疗健康”服务。以后疫情时期防控管理为契机,创新武汉市医疗服务体系,拓宽“健康码”应用范围,加强对不同人群的分级分类精准调配市场资源,全面推行预约挂号、在线取号、错峰诊疗、移动支付、检验检查结果互认、药品配送等消费服务。

三是大力拓展以数字化建设为基础的智慧养老服务。老年人群体作为弱势群体,在新冠肺炎疫情中暴露出了脆弱性和特殊性,也为未来提供了巨大的养老消费市场。要抓住机遇,构建“互联网+家庭式”新型模式,鼓励发展家政、养老、社区照料服务融入数字化建设,拓展消费平台。

四是加快建设智慧体育服务平台。要抓住健康消费契机,深入对接后疫情时期的体育消费需求,探索制定体育消费补贴政策,面向广大消费者做好体育运动宣传,创建特色体育消费平台,广泛开展全民健身活动,依托平台积极带动体育消费。

2.2 打造国际化消费中心城市

武汉市要以武商广场、江汉路、汉正街、光谷、中南路、街道口、楚河汉街、徐东、钟家村、王家湾等十大重点商圈为消费支点,深入挖掘城市消费潜力,释放消费活力,扩大商圈辐射效应,集聚优质消费资源、大力建设新型消费商圈,推动消费融合创新,着力打造消费时尚的新风向标,努力建成综合性国际消费中心城市,并作为中部地区龙头城市积极争取纳入国家级试点。

2.3 深入开展放心消费建设

武汉市在后疫情时期需扩大重点商圈放心消费企业的覆盖面,努力营造放心消费、健康消费、透明消费的市场氛围;要以数字化建设为契机加强武汉市消费信用体系建设,以大数据为依托完善基于消费者交易评价和社会公众评价的企业信用评价机制;市市场监督管理局要完善消费市场监管体系,深化市场监管综合行政执法改革,加快商务执法整合。加大对销售假冒伪劣产品行为的打击力度,培育健康消费市场,营造居民放心、安心、舒心的消费氛围。

2.4 推动旅游文化消费融合发展

要重视文化产业发展,以疫情应对为契机开拓文化消费大力发展数字出版、数字阅读、动漫游戏、短视频、电子竞技、智慧网络、数字娱乐、在线教育等新型文化业态,加快电影市场复苏,创立推动线上电影产业和家庭影院模式,更好满足居民文化消费需求。

着眼长远,在保障地区消费安全的前提下,布局谋划未来小长假、黄金周假期商务旅游文化消费,深入挖掘和推广武汉市乃至

湖北省文化带旅游资源,推出一批精品旅游线路,支持武汉市相关重点旅游景区减免门票。同时与商贸企业、农家乐等企业施行政企合作,开展拉动旅游消费系列活动,拉动旅游消费。

2.5 培育和发展夜间经济

夜间经济能够成为武汉市后疫情时期的消费增长点。夜间经济不仅能够拉长消费时限,而且具有针对性强、消费市场导向明晰等特点。适时培育和发展夜间经济,细分消费群体,分散消费时段,减少白天聚集性消费风险,充分提供市场便利,加强有利于地摊经济的设施建设,是值得地方政府尝试的举措。发展夜间经济,武汉市需以大型商圈和特色消费品牌为依托,打造一批特色鲜明、业态多元、亮丽美观的地标性夜经济生活区。支持建设夜经济数字街区,点亮夜经济地图,创新城市新消费场景,营造全天候消费氛围。围绕夜游、夜娱、夜食、夜购、夜宿、夜健等主题特色,组织开展夜经济宣传推广活动,拉动全市消费。

2.6 进一步探索消费券模式

积极争取中央财政支持,进一步消费券模式,以武汉市实际情况为基础,出台适应本地区消费券模式,进一步扩大消费券发放范围。通过运用线上大数据平台,以实际争取到的财政支持为支撑,分行业、分时段、分人群、分区域向公众发放本地消费券。例如,为民众发放旅游券、餐饮券,要积极面向被疫情改变行为模式的消费者。面对收入突然下降而影响日常生活的消费群体发放日常生活用品消费券等。消费券的发放模式要依照实际情况酌情调整,让武汉市的市场主体、中小企业和广大人民群众真正从中受益。

2.7 畅通消费维权渠道,打造诚信公平的消费环境

后疫情阶段要加强市场监管和行政执法力度,推进消费者维权信息化建设,形成线上线下相结合的消费者维权服务体系。加大重点服务领域质量检测力度,严格落实网络购买商品相关退换货制度,鼓励线下实体店自主承诺无理由退货,培育发展无理由退货承诺单位。实行消费投诉信息公示,利用网络、报纸等媒体渠道公开投诉产品和服务信息,加大对侵害消费者权益违法行为的曝光力度。切实保障武汉市消费市场健康,保障消费者的应有权力,维护武汉市消费市场的公正透明,真正依法确保消费者“敢消费”“愿消费”,树立消费信心,提振武汉市消费市场。

参考文献:

[1]陈宝玉,李峰.要素市场价格扭曲影响消费需求结构的实证分析[J].商业经济研究,2020,(13).

[2]陈堂,陈光,陈鹏羽,等.新冠肺炎疫情对医疗卫生产品电商消费的影响研究——基于阿里巴巴采购指数的VAR模型分析[J].信阳师范学院学报(哲学社会科学版),2020,(4).

[3]豆志杰,钟明艳,王燕,等.农村居民网络消费行为研究[J].经营与管理,2020,(8).

[4]高兴佑,陈渝.新冠肺炎疫情对湖北经济的影响及政策建议[J].湖南财政经济学院学报,2020,(3).

[5]景维民,张璐.环境管制、对外开放与中国工业的绿色技术进步[J].经济研究,2014,(9).

[6]雷潇雨,龚六堂.城镇化对于居民消费率的影响:理论模型与实证分析[J].经济研究,2014,(6).

[7]孙榕.武汉苏醒,中国经济加快复苏——3月财经金融热点观察[J].中国金融家,2020,(4).

[8]张国栋. 多措并举, 积极发展消费金融[J]. 中国消费者报, 2020, (7).

[9]张玲玲, 张予川. 消费水平影响因素研究——以武汉市为例[J]. 中国市场, 2020, (4).

[10]张翔, 张立畅. 网络造节背景下消费者感知价值与消费行为分析[J]. 商业经济研究, 2020, (13).