
武汉市财政发放消费券的政策选择分析

李庆子¹

(武汉大学 政治与公共管理学院, 湖北 武汉 430000)

【摘要】 2020年伊始,受突如其来的新冠肺炎疫情影响,全国各地经济受到重创,消费市场萎靡,经济社会发展面临严峻挑战。作为全国疫情最重、管控时间最长的城市,武汉经历了长达76天的停摆期,疫后重振和经济复苏压力巨大。为推进疫后经济重振和消费市场复苏,武汉市政府采取发放消费券的方式刺激市民消费、增强内需动力、促进经济社会发展复苏。本文通过分析疫情背景下武汉市政府发放消费券的政策选择和影响效应,总结梳理此次电子消费券发放对经济社会复苏起到的促进作用,并针对消费券发放和使用中存在的不足之处提出优化建议,为相关政策制定执行提供参考。

【关键词】 消费券 刺激消费 疫后重振

【中图分类号】 F811.0 **【文献标识码】** A

1 导论

1.1 研究问题及研究意义

2019年底,武汉市爆发新冠肺炎疫情,自2020年1月23日至4月8日启动了交通封锁、小区封控、人员管控的一系列非常机制。为应对疫情带来的经济不振和消费萎靡,最大化降低疫情蔓延对居民消费带来的负面效应,武汉市财政支出5亿元,面向全体市民发放电子消费券。本文从疫情背景下武汉市政府发放消费券的实证角度出发梳理了武汉市消费券发放的政策选择、规则设计,通过消费券发放后武汉市GDP和社会消费品零售总额增长情况,挖掘消费券发放对居民消费的撬动作用,总结发放消费券对武汉市政府的积极意义,并提出针对性的优化建议。

2 文献综述

消费对经济起着至关重要的作用。政府发放消费券,可以理解为在经济不景气时,由政府提前给居民的未来消费支付凭证,以刺激民众消费欲望,振兴消费活动(常伟,2009年)。据不完全统计,2020年3月以来,深圳、重庆、济南等多个城市以及浙江、辽宁、江西等地均发放了不同形式的消费券,总金额超过60多亿元(柳思维,2020年)。“满减类”消费券本身具有杠杆作用,设有使用门槛,规定最低使用额度,可以进一步带动消费,产生拉动效应,减少消费券对现金支出的替代效应(王容,2020年)。向受疫情冲击较严重的餐饮、超市零售、旅游等服务行业发放消费券,有利于促进有关行业、地区和群体尽快实现消费回补和释放消费潜力(柳思维,2020年)。

3 武汉市发放消费券的政策选择

根据《武汉市人民政府消费券投放工作方案》,武汉市消费券发放工作采取“政府引导,企业参与,线上投放,线下消费”

作者简介: 李庆子(1993-),女,湖北竹溪人,公共管理硕士(MPA)在读,研究方向:公共经济管理与社会保障。

方式，市财政投入 5 亿元，阿里巴巴、美团点评和腾讯等 3 家电商企业配比投放价值 18 亿元的平台消费券和商户消费券，发放时间从 4 月 19 日持续到 7 月 31 日。

消费券面向全体在汉人员（包括市外来汉人员）发放，抢券平台包括支付宝、美团、大众点评和微信小程序 4 个 APP 平台。消费者每周四可在 4 大抢券平台上开展抢券活动，每周可抢 4 个类别消费券，具体面额系统随机分配，分别是：餐饮消费券（面额分为 10 元及 20 元）、商场消费券（面额分别为 50 元及 80 元）、超市（便利店）消费券（面额分别为 10 元及 20 元）、文体旅游消费券（面额分别为 50 元及 80 元）。此次消费券本质属于“满减类”消费券，即单笔消费金额必须满足消费券面值 3 倍及以上才能核销，如 10 元超市（便利店）消费券，必须在超市（便利店）消费满 30 元才能核销。每笔消费仅限使用 1 张消费券。

4 武汉市发放消费券的效应分析

一是拉动消费，促进经济复苏。武汉市消费券具有分散多次投放、不可转让使用、面向全市发放、满减核销等特点，促使消费者采取消费券加现金搭配形式，可最大程度发挥“满减类”消费券的乘数效应，达到扩大消费、刺激经济的作用。美团数据显示，首次用券的消费者一周后的消费额较参与活动前平均提升 198.4%；从年龄段来看，受消费券驱动，全年龄段人均消费金额平均提升 31.4%，其中中老年等用户消费意愿提升幅度最大。据武汉市商务局统计数据，截至 7 月 29 日（最后一周投放前），武汉市累计投放消费券数量超过 4300 万张，拉动消费超 50 亿元。消费券短期内对消费产生的刺激拉动效应，为武汉市经济社会复苏注入强心剂，1~6 月武汉市 GDP 同比下降 19.5%，相较发放消费券前的 1~3 月降幅收窄了 21.0%；社会消费品零售总额下降 34.4%，比 1~3 月收窄了 11%，其中限上批发业销售额、零售业销售额分别下降 25.1%、27.6%，降幅分别比一季度收窄 12.7、17.3 个百分点。

二是定向刺激受疫情冲击严重的服务行业。消费券的发放对餐饮、零售、文旅等受疫情打击最大的服务业有明显拉动促进作用。美团数据显示，发放消费券后的一个半月，武汉当地生活服务业消费整体增长 185%；武汉地区参与活动的餐饮业商户在活动期的店均交易额较未参与活动提升 37 倍，旅游业提升 36 倍，住宿业提升 7 倍。消费券对受疫情打击最严重的中小微商户回血作用尤为明显，据美团数据统计，参与活动商户的店均交易额是未参与活动店均交易的 3.3 倍，中小商户店均交易额更是超过未参与活动商户的 4.5 倍。武汉消费券发放 3 个月以来，日均参与核销商户超 4 万户，较活动初期增加 4 倍，参与核销商户以中小微商户为主，受益于消费券的武汉商家中，中小微商户占比达 90%。

三是促就业保民生，发挥财政兜底作用。通过发放消费券，发挥财政转移支付作用增加居民消费，从而刺激居民消费意愿和实际消费行为，促进生产端早日恢复正常，推动企业尤其是中小企业复市复产，促进全社会就业岗位的恢复和增加，以此盘活整个经济内循环，进而达到促进经济社会稳定向好发展的目标。在 4 类消费券中，武汉市设置了一定数量的专用消费券，以特定方式向低保、特困和建档立卡贫困人口等困难群众发放，实现政府财政“雪中送炭”、兜底保障作用。

5 对财政发放消费券的政策建议

一是强化消费券资金预算和监管。目前各地发放消费券主要依赖地方财政收入，建议将消费券资金纳入地方财政预算专项资金或预备费用，在充分衡量区域财政收支平衡基础上，量力而行、科学合理推行消费券发放政策，提前做好资金支出安排，强化财政投入消费券资金监管，确保财政资金使用安全、高效。

二是坚决维护公平竞争的市场环境。发放消费券必须兼顾效率和公平，要避免在单一平台、有限商户或居民上网活跃度不高的时段发放消费券，对参与消费券使用活动的商户设置零门槛，严禁电商平台或其他第三方借机设置门槛降低中小商户利润，维护公平公正的市场竞争环境和消费者的自由选择权。对部分贫困家庭、使用电子消费券有障碍的人群，探索发放定向纸质消费券，在确保消费券的市场刺激作用基础上尽可能兼顾公平，发挥民生保障效用。

三是严格规范消费券发放流通过程。强化消费券发放流通和使用监管，严禁违规买卖消费券、囤积消费券或使用消费券兑换现金甚至联合商家“套现”行为。积极督促消费券发放平台完善管理制度，优化用户抢券、使用、核销流程，提高服务质量和效率，提升用户体验感。加强对参与活动商户的监督监管力度，严禁商户利用消费券虚假宣传、变相加价、以次充好等违规行为，切实维护消费者合法权益。

四是灵活调整消费券发放相关政策。采取灵活多变的消费券发放政策选择，不定期向各个平台、相关领域专家征求评估意见和改进建议，根据实践效果及时调整优化消费券投放策略，更好地发挥消费券撬动消费的积极作用。面向广大消费者和参与活动商户开放自主询问和意见反馈渠道，针对消费者和商户重点关心和普遍反映的问题予以回复，对言之有理、可操作性强的意见建议予以采纳，不断提升消费者使用体验感，切实惠及参与活动的中小商户，营造良好市场氛围和舆论环境。

6 结语

总体来说，武汉市政府为应对新冠疫情探索发放居民消费券，是宏观调控政策对突发性经济冲击的有效应对，从发放效果来看，短期刺激消费、拉动内需、推动经济复苏的作用还是十分显著的。但是发放消费券只是应急之策，难以发挥长效作用，电子消费券在宏观经济政策中如何最大化发挥效用、完善政策体系值得进一步探索研究。政府通过发放消费券取得短期消费增长、经济复苏的同时，应充分利用其带来的缓冲期，结合区域实际情况探索出台系统性财政政策，推动经济社会可持续良性发展。

参考文献:

- [1]孙杰. 消费券对刺激消费的实证研究——以杭州为例[D]. 浙江大学, 2012.
- [2]熊伟. 新冠肺炎疫情背景下政府消费券发放规则的法律检视[J]. 武汉大学学报, 2020(09).
- [3]柳思维. 特大疫情冲击非常时期发放消费券促进消费回补的思考[J]. 消费经济, 2020(03).
- [4]常伟. 消费券的经济分析[J]. 中国物价, 2009(08).
- [5]王容. 新冠肺炎疫情冲击下电子消费券的效应分析[J]. 品牌战略与电子商务, 2020(24).
- [6]张颖初. 浅谈新冠疫情后政府发放消费券[J]. 服务体系建设, 2020(07).
- [7]王成. 财政压力下消费券的杠杆设计——兼论刺激消费的资金来源问题[J]. 财政研究, 2020(09).