

多地明确提振消费路线图

■中国城市报记者 邢 灿

内需是经济发展的关键驱动力,而消费是扩大内需的重要动力来源。日前召开的中央经济工作会议确定了明年九大重点任务,其中“大力提振消费、提高投资效益,全方位扩大国内需求”列于首位。

加力扩围实施“两新”政策,创新多元化消费场景,推动中低收入群体增收减负……围绕落实中央经济工作会议精神,近期多地多部门积极推进落实,深入谋划提振消费举措。

扩围实施“两新”政策

所谓“两新”,是指推动新一轮大规模设备更新和消费品以旧换新。从各地经济工作会议部署看,加力扩围实施“两新”政策成为下半年地方提振消费的重要抓手。

河北省明确,加力扩围落实“两新”政策;浙江省提出,持续释放“两新”政策效应;江西省强调,更大力度推进消费品以旧换新;山东省要求,扩大以旧换新品种和规模。

今年3月,国务院印发《推动大规模设备更新和消费品以旧换新行动方案》,对“两新”工作进行部署推进。随后,各部门相继出台了各领域相关政策,各省(区、市)也印发了本地区实施方案,“两新”工作有条不紊迅速展开。

中国消费经济学会副理事长、北京工商大学商业经济研究所所长洪涛向中国城市报记者表示,“两新”政策的实施显著促进了消费增长,带动了相关产业投资,为经济稳增长提供了有力支撑,同时也有力推动了经济社会绿色转型和新质生产力发展。

商务部最新数据显示,截至12月19日24时,全国汽车报废更新近270万辆,汽车置换更新超310万辆,超3330万名消费者购买以旧换新相关家电产品超5210万台,家装厨卫“焕新”补贴产品超5300万件,电动自行车以旧换新超100万辆。

“‘两新’政策未来实施的空间还很大。”洪涛告诉中国城市报记者,随着人们的消费水平提高,消费升级的需求仍然较大,消费品以旧换新将逐渐向县级以下区域推进,设备



12月25日,顾客在江苏省南通市通州区金沙街道一家电商场内选购家电产品。 人民图片

更新范围有望扩大到能源电力、老旧电梯等领域。

后续各地如何进一步挖掘“两新”潜力?洪涛认为,应重点推动从硬件到软件、从物品到服务、从消费体验到生活方式的转变,促进居民消费升级,实现以旧换新多重效益。

“推动‘两新’工作还应强化配套设施与售后服务,重视回收和拆卸环节,保证补贴及时到位,防止企业因资金短缺而亏损;赋予地方政府和企业自主权,调动其积极性;增强政策取向一致性,确保同向发力、形成合力。”洪涛说。

北京市社会科学院副研究员王鹏建议,加大政策宣传力度,提高公众对“两新”政策的认知度和接受度,鼓励更多企业和消费者参与。同时,优化政策执行流程,简化审批手续,提高办事效率,降低企业和消费者的参与成本。

中国城市报记者注意到,以推动消费品以旧换新为例,各地积极探索实践,好经验好做法不断涌现。

在宣传推广方面,云南省统一设计分发宣传海报、快闪和动画解读,结合民族特色,制作多种民族语言宣传版本,通过乡村大喇叭持续播放,开展消费品以旧换新进机关、进企业、进社区、进农村等活动1500多场次,向全省5000多万名手机用户发送宣传短信。

在流程服务方面,甘肃省坚持“参与企业不垫资,补贴直达消费者”。甘肃政务服务网(甘快办)开设消费品以旧换新专区,分汽车、家电、电

动自行车、家装厨卫及家具四个版块,从申请审核、补贴发放、进度统计等全流程实现一站办结,并与商务部全国资格校验系统及省公安、财政、税务等部门对接。

创新多元化消费场景

消费场景主要是指特定的消费情景、消费场合和消费形态。伴随数字技术深度融合融入消费,消费不只是购买产品,更是融入体验、情感等更多维度和更深程度的附加内容。

当消费者为自己挑选一款限量款运动鞋时,在得物APP上他不仅能看到4K高清商品图片,还能通过AR展示功能,让这双鞋“跳出”屏幕;点击AR试穿功能,只需简单几步操作,鞋就“穿”在了脚上。得物相关负责人告诉中国城市报记者,得物还打造了首款3D创新应用“球鞋博物馆”,进一步丰富了消费者购物体验。“进入‘球鞋博物馆’,点击鞋架上的球鞋,可以唤醒3D球鞋模型,将手部贴合球鞋时,可以看到每一个细节,材质效果非常逼真。”

从各地经济工作会议部署看,创新多元化消费场景成为地方明年提振消费的重要发力点。浙江省明确,创新消费业态和模式;河南省要求,丰富应用场景;广西壮族自治区提出,创新多元化消费场景;贵州省表示,创新消费场景业态,丰富产品服务供给;江西省强调,培育消费新业态。

王鹏向中国城市报记者表示,当前地方在消费场景的创新方面取得了不少亮点成果。例如,部分城市通过打造特色商业街、文旅融合项目、智慧零售场景等,为消费者提供了更加丰富多元的消费体验。此外,随着数字技术的快速发展,线上线下融合的消费场景也成为新趋势,如直播带货、虚拟现实购物等。

王鹏建议,创新多元化消费场景时,要将地方特色文化元素融入消费场景设计中,打造具有文化底蕴和独特魅力的消费空间;借助AR、VR等科技手段,提升消费场景的互动性和趣味性;促进旅游和文化、商业、农业等产业融合发展;注重环境保护和可持续发展理念的应用,推动绿色消费、低碳消费等新型消费。

在多元化消费场景创新道路上,不少城市已迈出了坚实步伐。上海市松江区文化和旅游局相关负责人告诉中国城市报记者,今年第四季度以来,松江区创新推出一系列商旅文体展农业态融合、特色鲜明的联动消费场景和消费产品。

据介绍,松江区聚焦“旅游+”,打造上海之根文化旅游节等爆款项目,推出上海影视乐园黄河路夜场和品牌酒店联票优惠,培育消费新业态新场景;聚焦“文化+”,开展长三角民营艺术团优秀剧目展演等活动,联动酒店、景区等推出系列优惠折扣,将客流变成消费流;聚焦“商业+”,举办

“GO享松江美食节”,开展第二届松江咖啡黄金周、汽车消费优惠活动。

此外,松江区还聚焦“体育+”,开展松江区第七届运动会进商圈活动、2024环上海·新城自行车赛进景区活动,邀请国际参赛选手打卡上海影视乐园;聚焦“会展+”,开展“YOU品松江 广富林商旅文体农金秋联展”,组织时尚消费品企业参与;聚焦“农业+”,举办2024年第三届松江黄浦江大闸蟹品鉴推介会,提升松江地产农产品知名度。

多措并举增加居民收入

日前召开的中央经济工作会议强调,实施提振消费专项行动,推动中低收入群体增收减负,提升消费能力、意愿和层级。适当提高退休人员基本养老金,提高城乡居民基础养老金,提高城乡居民医保财政补助标准。

中国城市报记者注意到,统筹抓好促消费增收惠民民生,成为明年地方提振消费的重中之重。例如,江苏省提出,统筹推进促消费、增收、惠民生,更加注重以高质量充分就业促进居民增收,用心用情做好教育、医疗、生育、养老以及困难群体保障等工作,在改善民生中释放消费潜力。四川省要求,千方百计增加人民群众收入,积极拓宽居民收入渠道,推动中低收入群体增收,用好信用贷、消费券等政策工具,让群众增强预期、放心消费。

中国社会科学院财经战略研究院副研究员闫冰倩认为,消费从根本上取决于三个方面:是否“能消费”(收入)、是否“敢消费”(教育医疗养老等社保体系的完善程度)、是否“愿消费”(供给适配性)。解决这些制约因素,是大幅增加消费的关键。

在闫冰倩看来,扩大消费不是“为了消费而消费”,而是要拓宽居民的消费场景和渠道,使居民通过消费为自身“投资”和“赋能”,从而从不同渠道提高居民的收入水平,形成进一步扩大消费的持续动力,最终使消费成为经济发展的内生动力。

中国人民大学经济学院教授王孝松持相似观点。“未来要把提升消费能力作为重要突破点,而消费能力的提升又受到收入水平的影响,所以必须切实提高居民的收入水平。”王孝松说。