

# 拓展消费场景 挖掘市场潜力

本报记者 周琳 李景 吴陆牧

消费是最终需求,是畅通国内大循环的关键环节和重要引擎,对经济具有持久拉动力。面对当前经济下行压力,如何扩大消费稳增长?本报推出“促消费稳增长”系列报道,展现各地在拓宽修复消费场景、提升消费意愿、保障消费能力方面的具体实践。

随着本轮疫情逐渐趋于平稳,受损的消费场景在促消费政策背景下正逐步修复。同时,疫情也影响了消费习惯,催生带动了一批诸如预制菜、周边游、露营等新消费场景。当前,各地在修复消费场景、发掘新消费场景方面做了哪些工作,成效如何?

## 挖掘线上热点

当前,上海全面恢复生产生活秩序已有一个多月,与百姓息息相关的消费市场也逐步恢复。在《上海市加快经济恢复和重振行动方案》指引下,上海拟定了一条以大宗消费为抓手、节庆活动为契机的消费恢复路径,明确提出支持大型商贸企业、电商平台等企业以多种方式发放消费优惠券,拓展消费场景,带动形成消费热点。

“作为上海本土生长的电商平台,拼多多从6月18日起向消费者派发最高每人510元的消费优惠券,其中包括上海用户专属的100元‘复工福利券’以及所有地区用户均可领取的410元优惠券。”拼多多相关负责人介绍,“我们希望通过定向补贴的形式,提振消费信心,最大程度促进消费回补与潜力释放。”

在天津市南开区大悦城商圈的天津MCN国际港内,天津卫视九星MCN机构直播间销售人员正在“带货”。该机构总经理许鹏告诉记者:“网络短视频直播服务有利于营造‘无接触’消费场景。今年以来,直播平台已为恒大温泉酒店、熊出没酒店、祥禾饽饽铺、九田家烤肉等数十家天津企业进行本地生活直播,平台总交易额超过500万元,既拓展了新消费场景,又帮企业增加了销售额。”

据了解,天津MCN国际港是一家集MCN机构、新媒体平台、直播电商等为一体的综合性平台型公司,该公司负责人及芳琳介绍:“运营一年来,平台已吸引30多家MCN

机构及相关企业入驻,拓展出跨境电商、内容电商、明星直播带货等新业态、新消费场景。”

浙江大学国际联合商学院数字经济与金融创新研究中心联席主任盘和林认为,当前一些地区疫情尚未完全消除,消费场景也没有完全打开,此时可以通过发放线上消费券、直播带货等形式,挖掘线上消费热点,激发消费热情。

## 打造特色消费

每到周末,位于重庆解放碑商圈的戴家巷街区都是人潮涌动。这个曾经破旧的棚户区,在经过一番更新改造后,新建了崖壁步道,形成6处景观和15处观景平台,吸引了一批特色酒店、文创零售、餐业态入驻,成为极具山城特色的消费新地标。

在重庆,像戴家巷这样的特色消费新场景还有不少。“通过延续街区和老旧厂房的建筑风格和文化脉络,重庆建成了戴家巷、十八梯等一批富有山城记忆和巴渝特色的‘后街巷’特色消费场景,成为消费新热点。”重庆市商务委消费促进处处长余晓玲告诉记者,在加快培育建设国际消费中心城市的过程中,重庆实施了场景优化行动,依托山水人文、“渝味”美食等特色资源,不断打造消费新场景,提升巴渝消费影响力。

天津市南开区商务局局长陈庶或介绍,今年以来,南开区打造海河沿线古文化街一鼓楼夜间经济活力带和奥体都市体育夜间经济活力圈,支持大悦城、仁恒伊势丹、新世界百货等大型商业综合体利用户外空间摆放柜台,促进便利店连锁品牌数字化线上经营,打造15分钟高品质便民消费生活圈。

此外,南开区还积极发展“首店经济”。陈庶或介绍,南开区围绕新场景、新消费、新技术,发展“总部经济”和“首店经济”,拟定促进“首店经济”发展政策措施,打造集新品发



布、展示、交易于一体的生态链,支持打造具有国际影响力的地标性高端商业综合体,吸引高能级品牌首店、旗舰店、概念店入驻。

发展“首店经济”也是重庆挖掘消费潜力的一大抓手。近几年,重庆实施消费品牌拓展行动,依托解放碑、观音桥、杨家坪等重点商圈,大力招引品牌首店,支持首店新品首发。目前,重庆引进首店数量超220家,涵盖餐饮、零售、酒店等多个领域。各类品牌首店的到来,进一步丰富了重庆消费场景,增强了消费吸引力,激发了消费新活力。

## 发力节庆活动

为了进一步拓宽消费场景,各地还纷纷发力购物节等节庆活动,开展主题促销。

天津市商务局副局长李宏介绍,天津按照“一区一主题”“一业一方案”“津城”“滨城”互动的要求,组织开展贯通线上线下、涵盖商品服务、面向城市乡村、融合商业旅游文化体育等多元化的购物节活动,打造津沽文化、海鲜河蟹文化、运河文化、老字号文化等多场景的主题促销。

今年以来,重庆以“爱尚重庆·渝悦消费”为主题,统筹实施了线上线下融合、覆盖各区县及“吃喝玩乐游购娱”各业态的多元化消费促进活动。截至5月末,重庆市商务委已联动各区县、各大金融机构和上万家企业开展

700余场主题消费活动及2000余场各类消费促进活动,累计投入资金近10亿元。

为迎接购物节,商家和相关部门也做好了准备。

运动品牌特步早在4月初就调拨了一大批夏季新款产品进驻上海仓库,但新品刚入库就遭遇了疫情封仓,一旦新品不能及时出货,不仅会造成额外的损失,还会影响店铺运营节奏。因此,在上海全面恢复生产生活的第一时间,特步就报名参加拼多多年中大促。

“爆款直降、多件多折、专区满减等一系列优惠福利,让特步拼多多官方店在‘618’首周订单量环比4月份、5月份增长了3倍左右。”特步拼多多官方旗舰店的运营负责人张曼表示,随着物流进一步恢复,上海仓发货速度也比预期快,可以为消费者提供充足的货源。

重庆积极扩大数字人民币在交通出行、零售商超、文化旅游、互联网购物等消费场景中的应用。重庆商务委二级巡视员杜宜林介绍,当前,重庆正积极打造一批数字人民币城市商圈,在解放碑、观音桥、杨家坪等多个城市商圈为重点,在龙头企业引进培育、特色品牌发展、餐饮企业升级等方面建设数字人民币应用场景,丰富商圈消费支付应用体验。

盘和林认为,通过购物节促销消费的效果明显,但还要将购物节带来的短期刺激转变为长期效果,逐渐回归到日常促销状态中,刺激被抑制的消费需求,促进消费市场回暖。

存款利率倒挂,是指期限较短的存款利率与期限较长的存款利率持平或更低。该现象的发生,既有银行自身的原因,也受外部诸多因素的影响与作用。

董希淼

近期,部分银行存款利率倒挂现象引发热议。所谓存款利率倒挂,主要是指期限较短的存款利率与期限较长的存款利率持平或更低。从目前市场情况看,主要指3年期存款利率低于5年期存款利率,或与5年期存款利率持平。

发生存款利率倒挂现象,既有银行自身的原因,也受外部诸多因素的影响与作用。

从内因看,这是银行加强资产负债管理、优化利率风险管理的主动行为。2013年9月份,中国人民银行推动建立市场利率定价自律机制,以行业自律形式规定存款上浮区间,约束存款利率浮动。2015年10月份,央行不再设置存款利率浮动上限,在形式上取消了利率管制,金融机构可与存款人协商确定存款实际利率,参考基准是存款基准利率。事实上,自2014年11月份起,央行不再公布人民币5年期定期存款基准利率。因此,银行对5年期存款定价更为市场化,更多从自身负债能力和负债结构方面去考虑。

存款利率倒挂现象反映了银行对利率走势的研判,即从中长期看,存款利率呈现下降趋势,银行主动减少吸收中长期存款。值得一提的是,5年期存款在银行存款中占比低,利率倒挂对银行存款规模稳定的实际影响有限。

从外因看,主要受三方面因素的影响和作用。一是市场流动性相对充裕。今年以来,为更好助力稳增长、稳就业,央行加大市场流动性投放,银行间流动性较充裕。今年1月至5月,我国居民存款累计增加7.86万亿元,同比增长50.6%。但市场有效融资需求不足,特别是中长期贷款需求不足,降低了银行吸收中长期存款的动力。

二是金融监管部门加强引导。当前,经济增速下行压力较大,叠加疫情多点散发等因素,为更好支持实体经济,金融监管部门引导银行降低存款利率,进而推动实体经济融资综合成本下降。今年4月份,央行指导利率自律机制建立存款利率市场化调整机制,存款尤其是中长期利率上限有所下移。

三是居民储蓄意愿不断增强。今年以来,受多种因素影响,居民风险偏好下降,更多人偏向于存款。居民存款在人民币存款中的占比从2018年开始逐步上升,到今年一季度已达45.4%。

目前,存款是银行负债的最主要来源。随着资管新规等深入实施,同业负债持续压降,存款占比将进一步提高。在市场竞争加剧情况下,近年来中小银行负债成本上升明显。在存款以基准利率为定价基准的情况下,下调存款基准利率,可直接降低银行特别是中小银行负债成本。存款利率倒挂,从一个侧面反映出银行降低负债成本的意愿。这样有助于保持利差稳定,进而提高银行加大信贷投放的意愿和能力。

总体而言,我国市场无风险利率下行是长期趋势。从国外看,部分国家和地区还出现了存款“负利率”现象。对居民而言,如果资产配置中的中长期存款、现金管理类理财产品较多,那么收益水平可能有所下降。对此,应平衡好风险与收益的关系,基于自身风险承受能力、投资理财需求,做好多元化资产配置。(作者系泰来银行首席研究员)

# 促进消费提质扩容

康琼艳

丰富的消费场景,对于快速拉动消费意愿、提振消费活力至关重要。如何更好拓展消费场景是促进消费提质扩容的关键。

充分挖掘消费需求是拓展新型消费场景的重要前提。在疫情防控常态化背景下,人们的生活方式和消费习惯发生变化。由于活动半径受限,餐饮、出行、娱乐等多个领域的消费需求受到抑制,部分消费场景减少。但是,消费者的需求并未因此消失,而是通过其他方式找到出口,这为新型消费场景的构建提供了契机。

纵观当下火爆的新业态、新模式,都是因为抓住了消费者的需求点,创造性地提供新产品、新服务,进而站上“风口”成为市场宠儿。譬如,云健身顺应了消费者对健康的重视,预制菜迎合了年轻人工作生活两不误的诉求,户外露营满足了人们亲近自然、放飞自我的迫切需要……只有从消费者体验

的角度出发,充分挖掘消费需求,创造消费热点,才能抓住消费升级的机遇,引领市场趋势,扩大消费空间。

促进消费提质扩容,传统消费场景同样不容忽视。疫情对消费市场的重塑正在进行。传统消费模式在发挥其固有优势的基础上,加大线上线下融合力度,向下挖掘本地消费群体潜力,有限的商业空间将迸发出无限可能。趣味打卡、国潮活动、文创市集、VR体验等休闲场景与传统消费深度融合,各类商业场所成为城市休闲消费的载体,不仅满足了消费者体验型、沉浸式、社交化的场景需求,也为传统消费业态找到了新支点。

拓展消费场景、壮大新型消费是一项系统工程,需要从政策引导、设施完善、服务保障、权益维护等多方面予以支撑。只有发挥各方合力,才能持续撬动消费潜力,推动经济高质量发展。

# 保障高温津贴发放不打折

本报记者 常理



7月5日,游客在云南省丽江市玉龙雪山景区观看原生态大型实景演出《印象·丽江》。连日来,云南各景区景点旅游持续回暖,秀丽壮美的风光吸引八方游客前来观赏。汤德宏摄(中经视觉)

当前,全国各地普遍迎来高温天气,一些地方气温甚至超过40℃。烈日炙烤,给环卫工人、快递员、建筑工人等户外高温工作者带来诸多不便,身体健康和生命安全面临挑战。

按照惯例,每到夏季我国各地会陆续发放高温津贴,尤其是近年来,不少地方纷纷提高了高温津贴的发放标准。根据人社部、全国总工会等部门2012年公布的《防暑降温措施管理办法》,用人单位安排劳动者在35℃以上高温天气从事室外露天作业以及不能采取有效措施将工作场所温度降低到33℃以下的,应当向劳动者发放高温津贴,并纳入工资总额。

“高温津贴一方面是对劳动者在高温环境下高强度劳动付出的回报,另一方面也能遏制用人单位在高温下用工,促使其改善高温劳动条件。提高高温津贴是劳动保护水平提高的直接体现,也是人民生活水平提高、物价水平上涨等多种因素共同作用的结果。”中央财经大学法学院教授沈建峰对记者说。

据了解,高温津贴的标准是由省级人力资源社会保障行政部门会同有关部门制定的,并根据经济社会发展状况适时调整。从发放时间来看,由于我国各地地理气候环境差别较大,发放的起止时间和持续时间各不相同。其中,河南、山东、江苏、上海、北京、天津、浙江等13个省份的高温津

贴发放时间为6月至9月,连发4个月。广东、广西发放时间为6月至10月,连发5个月。海南发放时间最长,为7个月。

从发放标准来看,一些省份是按天发放,比如,湖北每日12元,安徽每日不低于15元,陕西每日25元,河南从每个工作日10元涨到了15元;一些省份是按月发放,江苏、上海等地每月300元,陕西240元,吉林、辽宁每月200元,内蒙古180元。

需要指出的是,高温津贴不是用人单位给劳动者的“福利”,而是受到国家法律保障的合法劳动报酬。沈建峰说,根据《国家统计局关于工资总额组成的规定》及其相关解释,高温津贴属于工资,而工资在我国劳动法中受到特别保护。用人单位拖欠工资的,劳动者可以向劳动保障监察机构投诉举报,由其责令支付并进行其他处罚。劳动者也可以通过劳动争议处理程序向用人单位主张工资和上述高温津贴。

“发放高温补贴只是对劳动者特殊付出的补偿,更重要的是,用人单位应当建立健全防暑降温工作制度,采取有效措施,加强高温作业、高温天气作业劳动保护工作,确保劳动者身体健康和生命安全。”沈建峰表示,例如日最高气温达到40℃以上,应当停止当日室外露天作业;日最高气温达到37℃以上、40℃以下时,用人单位全天

安排劳动者室外露天作业时间累计不得超过6小时,等等。而且不得通过发放现金代替上述防护措施,也不得因为提供了上述防护措施而不支付高温津贴。

在这项工作中,政府一方面要在科学研究的基础上制定各种高温劳动保护的标准,完善高温劳动保护的规则,另一方面应通过行政执法保障上述规则的落实,最终防止高温引发的职业伤害并保护劳动者权益。近日,全国总工会印发《关于做好2022年职工防暑降温工作的通知》,要求各级工会做好常态化疫情防控形势下的高温作业和高温天气作业劳动保护工作,有效预防和控制职业性中暑事件,降低高温作业和高温天气作业对劳动者身体健康的危害。

沈建峰认为,各级工会在高温劳动保护的制度生成和落实中都具有重要功能。就制度生成而言,工会组织代表劳动者就高温作业和高温天气作业劳动保护事项与用人单位进行平等协商,签订集体合同或者高温作业和高温天气劳动保护专项集体合同。就制度落实而言,工会可以对用人单位发放高温津贴的行为进行法律监督。发现违法行为,工会组织有权向用人单位提出,用人单位应当及时改正。用人单位拒不改正的,工会组织应当提请有关部门依法处理,并对处理结果进行监督。