

经济日报携手京东发布数据——

# 消费券撬动发展新动能



二季度以来，京东陆续联合20多个省区市发放消费券（含已发、正在和即将发券）

## 畅通供需良性循环

新冠肺炎疫情以来，为刺激消费、畅通供需良性循环，消费券成为拉动消费增长、带动上游生产和销售、支持重点行业发展的有力抓手。在激活供需潜力方面体现了独特意义。

今年各地发放消费券规模大、涵盖范围广、针对性强，成为拉动消费的重点政策之一。消费券涵盖美食、文旅、家电、建材、体育、零售、餐饮住宿、家居、汽车等多个方面，重点向绿色节能、餐饮住宿、文旅体育及家居建材等升级类领域倾斜，为促进绿色低碳发展和受疫情影响较为严重的服务业消费回升提供助力。特别是通过“一城一策”精准发力，家电消费券、预制菜消费券、流通券、数字人民币等5类消费券拉动效果显著。

目前，消费券发放多采用政府直接发放、“政府+平台”发放、“政府+平台+商家”发放三种模式。不同的发放方式产生的乘数效应也不尽相同。从实践来看，“政府补一点，平台贴一点，企业让一点”的政企合作模式效果最佳。以今年上半年京东平台发放的3C消费券为例，政府单独出资发放消费券带动消费的杠杆率在7倍至9倍，平台补贴优惠形式带动消费的杠杆率在10倍至15倍之间。

此外，消费券的发放也为数字人民币拓展了消费场景。深圳、厦门、成都、雄安等地陆续发放了多轮数字人民币消费券，既促进消费增长，也推动了数字人民币普及。今年“618”期间，成都面向本地消费者发放4000万元数字人民币红包，撬动成交额3.6亿元，杠杆率9倍。

总体来看，消费券不仅激活了需求，也带动了供给；不仅是短期刺激政策，也体现了长期效应；不只体现了效率，更体现了公平，为政策创新提供了思考维度。当前正值经济恢复的关键节点，各地可根据本地区实际情况，针对当地支柱产业和特色产业发放消费券，带动重点行业发展，并从多个角度为不同群体提供消费补贴，巩固经济回升向好趋势，为形成强大国内市场和构建新发展格局提供更加坚实的支撑。

（作者系京东消费及产业发展研究院高级研究员）

## 说数

### 深圳

自5月1日起至7月10日，深圳分4轮发放消费券，补贴总金额4亿元



### 沈阳

6月10日至30日，沈阳面向全国消费者发放消费券，补贴总金额2000万元，主要用于3C家电指定实物商品

#### 单张券实际消费金额指数



#### 最受欢迎的品类TOP5及交易金额占比



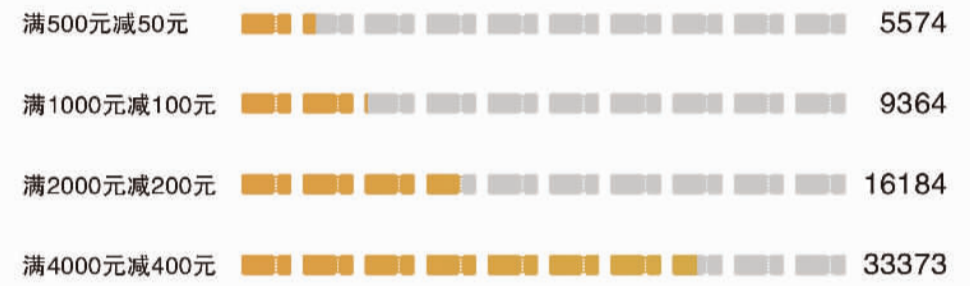
### 北京

自6月3日起至9月30日，北京分4轮发放绿色节能消费券，补贴总金额6000万元

#### 北京绿色节能消费渗透率



#### 单张券实际消费金额指数



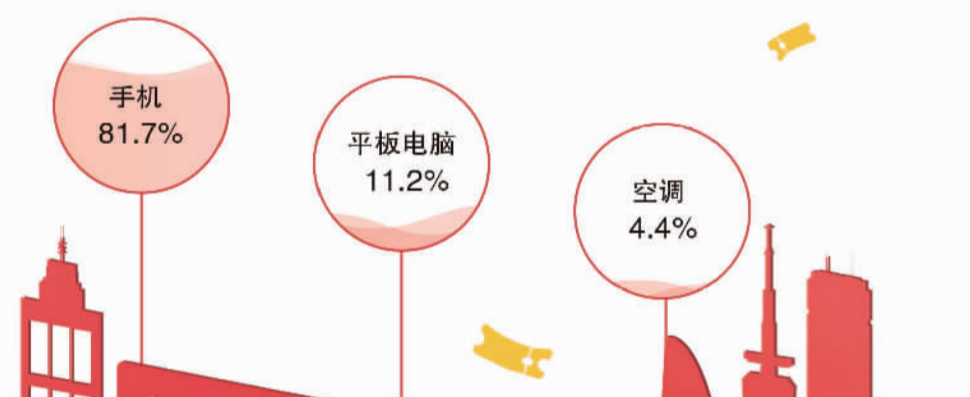
消费券发放需要更加精准。一方面，要优化顶层设计，提升发放的精准度和有效性，实现优惠政策快速落地。另一方面，要促进线上线下联动，借助电商精准投放优势，积极引导更多线下企业和小微企业参与进来，充分发挥相关政策的效果。

基于消费大数据技术，可实现需求与供给之间的精准匹配，完成消费券的精准发放。特别是针对困难群体、老年群体、低收入群体，以及餐饮业、家电、汽车、旅游等进行补贴，形成帮助困难群体、困难行业的长效机制。

### 中山

自6月1日起至6月20日，面向本地消费者发放4000万元消费券，消费范围为指定实物商品、同城业务商品

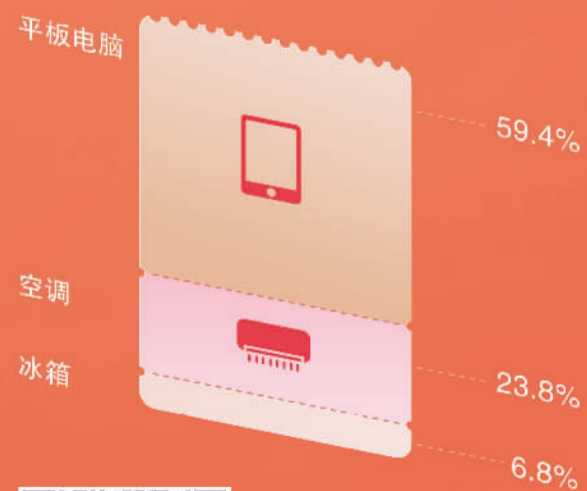
#### 最受欢迎的品类TOP3及交易金额占比



### 雄安新区

5月30日至6月20日，雄安新区面向本地消费者发放3轮数字人民币消费券，补贴总金额500万元，主要用于智能家用电器

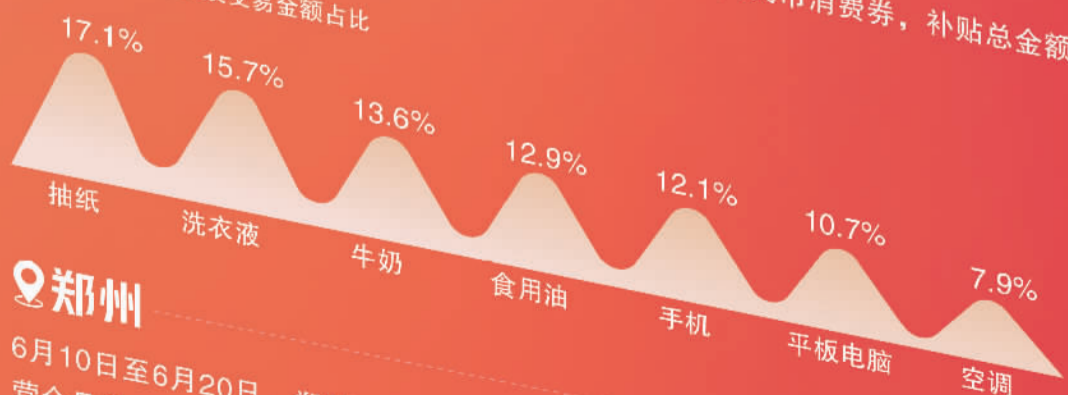
#### 最受欢迎的品类TOP3及交易金额占比



### 成都

6月10日至6月30日，成都面向本地消费者发放3轮数字人民币消费券，补贴总金额4000万元，消费范围为指定实物商品

#### 最受欢迎的品类及交易金额占比



### 郑州

6月10日至6月20日，郑州面向本地消费者发放2500万元消费券，消费范围为自营全品类商品和同城业务商品

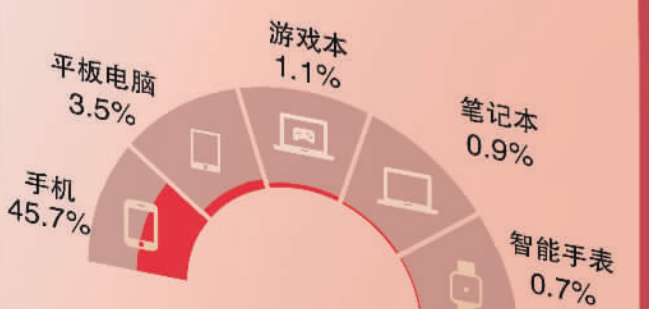
#### 最受欢迎的品类及交易金额占比



### 太原

5月21日至6月15日，太原市面向常住人口和在太原工作学习、观光旅游的人员发放实体和线上购物消费券，同时对新购汽车给予补贴

#### 最受欢迎的品类TOP5及交易金额占比



数据周期：2022年5月份至7月份

更多内容 扫码观看