

我国酝酿推出促消费新举措

三领域料成发力重点

新华社北京9月27日电 《中国证券报》27日刊发文章《促消费新举措酝酿推出 三领域料成发力重点》。文章称,国家发改委新闻发言人孟玮日前透露,为进一步促消费,正加快研究推动出台政策举措,积极打造消费新场景,促进消费加快复苏。

专家认为,加力促消费的政策信号正在释放。酝酿出台的促消费政策,有望在稳住大宗消费、壮大新型消费以及优化消费平台载体三方面重点发力,为消费市场恢复添油加力。

加力稳住大宗消费

江苏省绿色节能家电促消费政府补贴活动结束进入倒计时。公开信息显示,江苏省商务厅从今年7月起以2亿元资金,对购买一二级能效的电视、冰箱等10类指定型号绿色节能家电提供政府财政补贴,活动将于9月30日结束。

“大型政府补贴项目即将结束,叠加国庆大力度促销,当下正是消费者入手节能家电全年最划算的时候。”京东五星电器全渠道运营中心负责人崔华锋说。

商务部日前透露,将进一步扩大汽车、绿色智能家电等消费,推动地方结合本地区实际出台配套措施,促进消费回稳向好。

“大宗消费涵盖产业链条长,上下游带动的环节、企业数量比较多。这意味着稳住大宗消费,有助于带动消费供给端修复,带动更大规模的就业和更稳定的收入增长。”中国贸促会研究院副院长赵萍在接受记者采访时表示。

随着乘用车车辆购置税减免政策落地以及各地推出的新能源汽车补贴、家电绿色节能补贴、以旧换新等一系列促进重点领域消费举措显效,大宗商品销售保持较快增长。国家统计局数据显示,8月份,限额以上单位汽车类、家用电器和音像器材类商品零售额同比分别增长15.9%、3.4%,保持较快增速。

鉴于汽车、家电等大宗消费品在消费市场占有重要地位,且仍有一定提升空间,专家预计,促进大宗消费仍会是下阶段政策发力重点。

“未来应继续促进汽车等大宗商品消费。”国务院发展研究中心市场经济研究所研究员陈丽芬在接受记者采访时说。

在商务部研究院流通与消费研究所研究员关利欣看来,随着各部门及各地区针对绿色智能家电、新能源汽车等领域的支持举措落地显效,家电、汽车等大宗消费有望实现加速增长,形成需求牵引供给、供给创造需求的更高水平动态平衡,带动消费市场进一步复苏。

推动壮大新型消费

撕开包装袋,开启电磁炉,把食材倒入锅中,15分钟后,一份色香味俱全的麻辣小龙虾就做成了;跟着网络主播跳健身操,相较于对着健身视频独自摸索,直播健身更有互动氛围,更容易调动积极性;网络零售额占比明显提升,今年前8月实物商品网上零售额72414亿元,同比增长5.8%,占

社会消费品零售总额比重达25.6%……

从预制菜到“云”健身再到网络购物,由新业态、新模式、新场景支撑的新型消费,为稳增长发挥了积极作用。

“新型消费展现出强大增长动能,推动了企业数字化转型,已成为消费市场的‘压舱石’”,星图金融研究院高级研究员付一夫对记者表示,进一步推动新型消费发展壮大将成为未来促消费政策发力的一大重点。

付一夫认为,数字基础设施建设有望加快,特别是农村地区和偏远地区的数字基础设施如5G网络、物联网等将加快完善。“未来,随着线上线下融合进程提速,以及居民新消费习惯日益养成,新型消费将为消费市场注入新的增长动能。”他说。

“新型消费突破了传统的消费体验。”在国家信息中心经济预测部副研究员邹蕴涵看来,未来促进新型消费发展重点将落在筑基础、补短板、优治理等方面。在优化完善新型数字基础设施的同时,促进数字消费的相关配套设施建设将加快。

优化消费平台载体

9月24日,重庆市渝中区区政府、重庆新华书店集团、华润万象生活举行解放碑新华项目签约仪式,标志着解放碑区域具有引领性、创新性、标志性的全新商业地标项目正式落地。

“本次重大项目签约将为全国首批示范步行街——解放碑步行街注入发展新活力。”重庆市商务委副主任彭和良说,近年来,渝中聚力打造国际消费中心城市核心承载区,加快建设解放碑-朝天门世界知名商圈,打造融合创新消费地标,国际消费中心城市建设跑出“加速度”,彰显“新魅力”。

步行街、国际消费中心城市作为消费的重要载体,对释放消费潜力、提升供给质量、扩大国内需求发挥着重要作用。国务院发展研究中心市场经济研究所所长王微表示,国际消费中心城市不仅具有强大消费市场,也是全球消费资源集聚地和消费创新风向标。加快建设国际消费中心城市意义重大,既有利于全面促进消费,也有助于打造国内国际相互促进的新型平台。

商务部此前明确,要加快推进国际消费中心城市培育建设,继续推动步行街高质量发展,统筹开展智慧商圈、智慧商店示范创建。

业内人士表示,目前,只有上海、北京、广州、天津、重庆五城市率先开展国际消费中心城市培育建设。预计扩围国际消费中心城市建设,打造消费新增长极将成为下阶段促消费的一大举措。

“未来促消费应在培育消费增长引擎、挖掘消费新增长点方面发力。比如,培育建设国际消费中心城市,增强大城市和城市圈的辐射带动作用。以大城市和城市圈城市群的消费发展为驱动力,增强大型中心城市消费集聚力和消费供给创新力,打造消费增长极,引领带动区域消费发展。”陈丽芬说。



游客在奥特曼主题馆内游玩。 资料照片

“相信光”也不能让“钱花光”

“沉迷机制”滋生贪婪、投机心理 付费集卡套路多

奥特曼是日本打造的动画形象。多年来,这一形象包括动画片、玩具、卡牌等在内的衍生产品受到热捧。前不久,“家长花200万给娃集奥特曼卡没集齐”的话题冲上微博热搜。

记者在多地走访了解到,小学生购买收集奥特曼卡片现象普遍,在一些地区,这些卡片已成为低龄男生的社交“标配”。受访家长、教育工作者认为,相关“氪金”(指支付费用)集卡行为实属浪费,既易滋生盲目攀比等不良心理,也不利于儿童青少年树立正确价值观。

产销多套路 小卡大生意

“我家孩子宁愿不吃零食,也要买奥特曼卡。每次都像拆盲盒一样,拆不到想要的卡,就要再买。”黑龙江哈尔滨市一名家长告诉记者,这两年来家里两个儿子都在收集奥特曼卡,小儿子今年5岁,从幼儿园就开始接触。

记者在多地走访了解到,奥特曼卡销售火爆,在学校周边的商店、超市、文具店、便利店等,经常摆放在显眼位置。“从小学生到初中生,各年龄段学生都买,一个月大概能卖5万元。”哈尔滨市一家文具店负责人说,奥特曼卡大多是随机抽取的“盲盒”形式,价格越高,获得高级别卡的概率就越大。

在一些地区,奥特曼卡已成为低龄男生的社交“标配”。记者走访一个西部城市多个小区看到,不少小朋友玩耍时都会拿出成册的奥特曼卡,有的在交换卡片,有的会把已拆开的卡片重新售卖。一年级小学生家长刘娟已经花了2000多元为孩子买卡片,“如果一盒里没有想要的卡,这钱就白花了”。

记者在一家奥特曼卡生产厂家的淘宝官方旗舰店看到,奥特曼卡品种众多,其中一款“奥特英雄X档案”豪华版售价29.9元,月销量1万以上,售价358元的三周年纪念礼盒月销量超过1000份。

除了购买,消费者还可通过抽卡机抽取奥特曼卡。哈尔滨一家潮流玩具店内设有5台抽卡机,单次抽卡5元,店员说:“有人花了600元,只抽中价值约20元的卡。”

奥特曼卡生产厂家会定期推出限量卡牌,数量较少,价格较高。一些稀有卡具有增值空间,有人会在二手交易平台转

卖。记者在一些二手交易平台上看到,经常有人分享新购买的卡牌、发布卡牌更新信息等,还有不少卡友转让、求购卡牌,价格普遍高于零售价。

奥特曼卡分为收藏类卡和用于比赛的“英雄对决卡”,有的公司会举办“英雄对决比赛”,并为获奖者提供奖品。为了让孩子们集到想要的卡片,一些销售门店还提供换卡服务,并提供赛前培训。

“氪金”集卡低龄化 潜藏隐忧

受访人士指出,集换式卡牌兼具游戏、社交和收藏属性,虽在我国起步较晚,但随着年轻群体支付能力的增强,以及生产厂家运营能力不断提升,这一市场正迎来加速渗透阶段。以“奥特曼卡热”为代表的“氪金”低龄化现象潜藏隐忧。

“尽管学校规定不可以将卡片带到学校,但仍有一些学生偷着带、上课偷着玩,影响了自身学习和课堂纪律。”兰州市一名受访教师说,这些学生不仅沉迷于奥特曼卡片,还痴迷于各种含有奥特曼元素的衍生产品,如动画片、玩具、服装等,是“妥妥的奥特曼迷”。

“集卡很有意思,我的压岁钱、零花钱都花在了买卡上。有了这些卡,会有更多小朋友愿意和我玩,也会很羡慕我。”一名小学生说。有受访教师说,有学生上课不认真听讲,专注于和同学换卡,在课后又聚在一起分享、讨论,谁有稀有卡就有了炫耀的资本。为了融入小伙伴,他们不停收集、购买。

市场上流行的集换式卡牌大多以国外IP授权为主,如奥特曼、游戏王等,不少孩子从喜欢动漫、游戏,进而转化为卡牌“粉丝”。而一些国外动漫包含大量暴力血腥、低俗色情等情

节和画面,可能诱导儿童青少年模仿。

黑龙江省心理咨询师协会秘书长朱广雨认为,小学生沉迷集卡会带来攀比消费,再加上一些商家打造“沉迷机制”,即不断推出新卡、稀有卡,会让分辨力、自制力较差的低龄学生购卡成瘾,甚至滋生贪婪、奢靡、投机心理。

强化市场监管 加强正向引导

一些受访专家认为,奥特曼卡片原本是未成年人生活的一种润滑剂,但现实让不少家长“谈卡色变”,这既增加了家庭的负担,也不利于未成年人健康成长。

首先,应加强立法和市场监管,规范卡片销售及不法炒作行为。兰州大学法学院副教授柴裕红建议,尽快完善盲盒消费领域立法,并将集换式卡牌纳入盲盒类消费。各地区相关部门可对学校周边商场、小卖部、文具店等售卖卡牌及其炒作行为进行清理和规范,对明显有害学生身心健康的物品应禁止或限制售卖。

其次,应加强家校社会多方共育,避免学生沉迷于集卡攀比。受访人士建议,促进家庭、学校、社会多方联动,引导学生节俭消费、理性消费、绿色消费,避免滋生盲目崇拜、攀比、赌博等不良思想和行为。

最后,应加强优秀国产IP产品生产,丰富儿童青少年文化市场供给。哈尔滨市花园小学校教师刘鑫建议,继续加快推动中华优秀传统文化创造性转化和创新性发展,深入挖掘国产IP形象,打造更多儿童青少年喜闻乐见的优质影视、动漫、游戏产品,在寓教于乐中传承文化自信。

据《半月谈》