

“再看消费券”

下篇

消费券返场，如何激发市场活力

经济日报·中国经济网记者 李华林

透视

为了进一步促进消费，活跃市场，推动经济稳步复苏，近日，多地重启或延续发放消费券。新一波消费券有什么新特点？消费券能否成为常规促消费工具？如何在消费券带来的短期刺激中挖掘出长期消费潜力？

发券更具针对性

新一波消费券返场，在发放方式上明显改进，发放对象更具针对性，重点集中在受新冠肺炎疫情影响较大的体育、旅游、电影等行业。

在体育消费方面，日前，福建省开展“健身消费季”，将于国庆节前夕发放1600万元体育消费券。湖南长沙市推出“你健身，我买单”活动，从8月底至10月15日，面向长沙市民发放体育消费券。上海计划从9月9日开始持续到年底，面向市民发放约2000万元的体育消费券。多地表示，此举旨在促进体育消费，鼓励体育企业克服疫情影响，迎难而上。

在旅游消费方面，近日，湖北武汉市宣布将发放8000万元文旅消费券，引导带动武汉市文旅消费。内蒙古赤峰市决定于9月16日发放10万张面值为100元、总计为1000万元的“赤峰旅游消费券”。黑龙江哈尔滨市于9月15日发放文旅消费券500万元，助力旅游业复苏。

此外，为推动电影市场复工复产，近日，北京、浙江、湖北等地还发放了“观影券”补贴市民的电影消费。

除了聚焦特定行业，各地还抓住关键时间节点，结合当地消费季、购物节和法定节假日等发放消费券，力求消费券的精准高效使用。

例如，围绕消费促进月，近日，北京市发放140万张消费券。结合中秋、国庆节假期，四川成都市于9月14日至11月8日，拟发放超过2亿元的消费券，涉及旅游、餐饮、文创等多个行业。

领券方式也更加方便快捷。除在支付宝、饿了么等平台领券外，消费者还可以扫描商家二维码参与领券。为消除“数字鸿沟”，实现更大范围的普惠，有些地方还推出针对特定群体的领券活动。比如，山西晋城市专门针对老年人等特殊群体，在多个超市发放纸质消费券达35万元，解决了一些老年人因不善于使用智能手机而抢不到消费券的问题。

让消费券物尽其用

发放消费券不但为消费者带来实惠，也为国内经济持续发展提供了充足动力。那么，消费券能否成为常规促消费的工具？对此，多位专家表示，消费券在发挥积极作用的同时，也要注意其中潜在的负面因素。

“消费券本质上是由相关部门和机构在一定时期内打造的，主要用于消费目的的，能够起到促进消费作用的一种凭证。消费券能让消费需求提前释放。”中南财经政法大学数字经济研究院执行院长盘和林

新一波消费券返场，在发放方式上明显改进，发放对象更具针对性，重点集中在受新冠肺炎疫情影响较大的体育、旅游、电影等行业。专家表示，要在消费券带来的短期刺激中挖掘出长期消费潜力，真正推动消费市场发展壮大，还应从优化营商环境、提高商品服务供给质量、完善市场秩序、增加居民收入等方面出台有效措施。



表示，人们的消费行为主要取决于永久性收入，而不是偶然所得的“暂时性收入”，消费券作为一种“暂时性收入”，能够提前释放消费者的购买力，主要用于原本就会产生必需消费，短期效应明显，但长期来看，消费者的消费需求并没有显著地提升。

苏宁金融研究院高级研究员付一夫表示，虽然发放消费券可以一次性提升消费者的支付能力，但并不能从根本上改善消费者对于未来收入增加程度的预期，出于规避风险的本能，普通人往往会倾向持币观望，这意味着一旦消费券用完了，如果没有良好的发展预期，消费者的消费意愿可能会出现回落。

不过，也有专家认为，消费券能够直接刺激需求，迅速拉动即期消费，并能通过杠杆作用有效提振经济。并且，随着政府主导、平台运营、多方参与模式的日趋成熟，消费券作为撬动消费的长期杠杆作用也将不断显现。

总之，发放和管理消费券是个技术活，要让消费券物尽其用，各地还应注意发放的方法，并量力而行。要针对需求最迫切的群体、最迫切的行业有针对性地发放，而不是“直升机型撒钱”，不然不仅难以起到刺激消费、拉动经济的作用，反而会给地方财政平添负担，还容易导致企业和消费者产生依赖，不利于企业竞争力与居民收入水平的持久提升。

促消费要多管齐下

专家表示，要在消费券带来的短期刺激中挖掘出长期消费潜力，真正推动消费市场发展壮大，应从优化营商环境、提高商品服务供给质量、完善市场秩序、增加居民收入等方面出台有效措施。

截至8月末，全国网贷机构剩余15家，连续26个月下降——网贷存量风险仍需加紧整治

本报记者 钱箬旻

中国银保监会最新公布的P2P网络借贷统计数据显示，截至今年8月末，全国在运营网贷机构为15家，比2019年初下降99%，借贷余额下降了84%，出借人下降了88%，借款人下降了73%，网贷机构数量、参与人数、借贷规模已连续26个月下降。还剩下哪些网贷机构在运营？那些停业机构的处置风险应该如何化解？

“从数量上看，网贷专项治理取得了实质性和决定性进展。”中央财经大学中国互联网经济研究院副院长欧阳日辉表示，剩下的平台可能有两种情形：一是继续严格执行“三降”（出借人人数下降、业务规模下降、借款人人数下降）并承担企业主体责任，但剩余在营机构情况较复杂，“三降”工作进展缓慢，后续处置困难大；二是转型为区域性的互联网小贷公司。

在此前银保监会召开的新闻通气会上，银保监会普惠金融部副主任冯燕强

调，网贷风险整治虽取得进展，但要充分认识到后续工作时间紧、任务重、难度大，再加上新冠肺炎疫情影响，剩余运营机构“三降”工作进展缓慢，存量风险依然艰巨，退而不清、退而难清的问题存在。

防止“假清退”也一再被业内专家提及。招联金融首席研究员董希淼认为，清退容易处置难，还需要采取切实措施，巩固清退成果，防止“假清退”。特别是要加大对停业机构存量业务的处置力度，依法合规做好对投资者的兑付工作。还要防止停业机构死灰复燃，转向地下继续经营。

在不少业内人士看来，今年完成整治收官工作，并不意味着把剩余的15家网贷平台全部关闭，这些平台仍有完成转型工作的可能。

欧阳日辉表示，根据《关于网络借贷信息中介机构转型为小额贷款公司试点的

指导意见》，在合法合规前提下，个别网贷机构有希望转型为全国经营的小贷公司，大多数网贷机构只能成为区域经营的小贷公司。比如，今年上半年，厦门市地方金融监管局就批准了2家网贷机构转型为单一省级区域经营的小额贷款公司。

转型小贷公司也并非易事。董希淼表示，网贷机构如果想转型为小贷公司，需要符合小贷公司的准入条件和要求，比如资本金要求。目前，我国已有较多存量小贷公司，小贷公司特别是网络小贷公司的资质并不容易获得。而且，小贷公司的经营模式与P2P网贷机构差异较大，转型难度不小。

对于后续工作，冯燕指出，下一步要加大对借款人恶意逃废债打击力度。截至今年8月末，已有200余家网贷机构接入央行征信系统和百行征信，加快推进网贷信用信息，完善失信借款人联合处置。

专家表示，消费券的发放和使用，促使更多中小企业向数字化转型，实现线上线下联通共赢。目前，不同行业的数字化建设差异较大，未来应以消费券为契机，进一步推动数字经济发展，创造更多新业态、新模式，产生更多新岗位，为带动长期消费提供强有力的支撑。

“发放消费券等补贴手段，可以短时间内提振消费，要想持续释放消费潜力和活力，还要通过调结构、稳就业、稳增长等一系列措施从根本上提振经济，稳定预期。”盘和林表示。

（本系列报道完）

观察

□ 晓野

小小消费券 还有大功效

消费券早就有，但与此前不同的是，今年以来各地更多是通过互联网平台发放消费券。线上发券，不仅能覆盖最广大的人群，实现精准发放，相应的平台还具备打通线上电商、线下实体店的能力，同时，平台自带的风控系统有助于提升商家风险防控能力，防范“黄牛”、刷单等作弊风险。

消费券互联网化，还有一大功效就是为企业数字化转型升级积极助力。在刺激消费需求之余，将促使一些中小企业加速向线上转型，积极拥抱新技术、新业态、新模式，不断提高产品质量，优化服务水平。

随着新一轮科技革命和产业变革孕育兴起，以及消费者需求的迭代升级，企业数

字化发展已成必然趋势。尤其是在疫情之下，线下生产和消费受阻，对企业数字化能力提出更高要求。虽然依靠消费券，企业能在短期内激发消费，快速拉回客流量，稳定现金流，但终究不是长久之计。从长期来看，企业还得学会转身，拥抱数字经济，加速转型升级。

企业要加速数字化转型，一方面要充分运用大数据、云计算等新技术对市场需求进行科学分析，寻找新的生产方式和转型方向。另一方面，要通过数字技术在生产、运营、管理和营销等诸多环节的应用，实现企业以及产业层面的数字化、网络化、智能化发展，提供高质量的产品和服务，更好助力消费。

“加大网贷机构存量业务风险化解，就要加大对恶意逃废债的打击力度。除了将网贷机构接入征信系统外，还要运用科技手段，做好资金流向的监测和追踪，提高网贷机构存量资产的清查和返还。”董希淼表示，司法部门应加大对恶意逃废债行为的打击，特别要加大对“反催收联盟”的惩处，维护良好的社会诚信体系。

同样，欧阳日辉表示，处置恶意逃废债工作可以从完善制度建设和加强监管科技运用两方面着手。此外，行业自律组织也要积极探索和创新对恶意逃废债的打击方式。比如，北京市互联网金融行业协会于2019年1月发起成立互联网金融资产管理联盟，利用技术赋能，引入大数据和人工智能催收系统，将司法和非司法方式并举，推动平台开展合规催收，联合多方力量利用多种工具和形式打击逃废债。

行业风向

企业推进优质制造 试试这个“官”

本报记者 郭静原

CEO、COO、CFO……这些企业高级职务简称你或许都曾见过，但COO——首席质量官，您听说过吗？

首席质量官，承担企业宏观质量规划、质量改进过程管理、质量文化体系建设等职能，通过推行先进质量管理方法，行使质量安全“一票否决”权，以塑造企业品牌形象。

2012年，原国家质检总局决定在全国开展企业首席质量官制度试点工作，鼓励和引导企业设立首席质量官。8年过去，首席质量官如何影响企业成长和发展？日前在江苏南通举办的2020年首席质量官大会上，企业和专家有话说。

在最早一批建立首席质量官制度的企业中，联想集团提出“以客户为中心的智能质量管理模式”。“过去，一个客户的抱怨只会传递给身边几个人，现在，一个客户的差评将循着互联网传递至千万人。这就决定了原来聚焦产品的小质量管理观念，不再符合业务发展实际。”联想集团副总裁、电脑和智能设备首席质量官王会文认为，智能技术正在公司质量管理领域全面应用，基于大数据分析的客户研究和指标管理，通过数字驱动实现智能需求分析，形成科学决策，提升用户体验。

此前，中天科技的层绞式通信光缆因“内外护套之间渗水试验”一项未能达标，被曝光。公司以此为契机，设立“质耻日”。“从总经理到部门、到班组、再到一线，层层签订质量承诺书，道道工序严把质量关，精心打造每一件产品。”中天科技集团有限公司总裁薛驰分享公司走质量强企道路的心得。目前，中天科技已在集团和子公司的高管中选聘了近百名首席质量官，形成全员参与质量管理、全员重视质量改进的良好氛围。

九牧厨卫股份有限公司副总裁林晓伟也坦言，公司严格执行一套基于战略、客户经营、信息数据决策的卓越绩效管理模式，围绕市场端、制造端、供应端的全生命周期实施质量经营。

近年来，我国制造业质量竞争力指数稳步提升，出口质量与发达国家差距逐步缩小，中国制造的质量在部分领域形成了竞争优势。不过，在上海交通大学校长、中国工程院院士林忠钦看来，我国制造业还面临着质量效益有待进一步提升，品牌国际影响力有待进一步加强，产品一致性、可靠性和稳定性有待进一步提高，质量基础设施有待进一步夯实，工业基础有待进一步突破等问题。想要解决这些问题，林忠钦给出的答案是：优质制造。

“推进优质制造，关键要看质量效益，看质量竞争力。不要在基础薄弱的质量基础设施上搞质量提升，不要在落后的统计过程控制基础上搞全面质量管理，不要在不具备信息化、数字化、网络化的基础上搞质量大数据分析。”林忠钦表示，要发挥好首席质量官的制度优势，夯实质量基础，利用新技术新方法，做实与创新质量控制和管理方法，推动企业更好、更快迈向优质制造。

促消费 保就业 数字经济不简单

本报记者 王轶辰

新冠肺炎疫情催化了各国对数字化、信息化的关注与投入，加速了数字化转型的步伐。工信部数据显示，上半年，我国规模以上互联网和相关服务企业完成业务收入5907亿元，同比增长14.1%，增速较一季度提高12.6个百分点。

中国互联网络信息中心（CNNIC）主任曾宇表示，当前，数字经济已成为经济增长的新动能，新业态、新模式层出不穷。在此次疫情中，数字经济在保障消费和就业、推动复工复产等方面发挥了重要作用，展现出了强大的增长潜力。

具体来看，首先，基础设施建设持续完善，“新基建”助力产业结构升级；其次，数字经济蓬勃发展，成为经济发展的新增长点；再次，互联网应用提升群众获得感，网络扶贫助力脱贫攻坚。此外，疫情期间，以在线教育、在线政务、网络购物等为代表的互联网应用大放光彩，截至今年3月份，用户规模较2018年底增长了110.2%、76.3%、16.4%，为疫情防控、便民利民提供了新时代互联网方案。

中国互联网协会副理事长兼副秘书长何桂立表示，从产业发展的外部环境来看，新型战略性、网络型信息基础设施建设及云计算、大数据、人工智能、虚拟现实等新一代信息技术应用为互联网发展赋予创新活力；从互联网应用与服务层面来看，“互联网+”持续助推传统产业转型升级，各互联网细分领域市场规模稳定增长，行业环境不断优化，新产品、新业态层出不穷，服务模式不断迭代演进，市场格局洗牌革新。

专家表示，随着5G、人工智能、大数据、云计算、工业互联网的融合发展，互联网行业会有更多可开拓的价值空间和发展潜力。如何抓住机遇，强化产品业务、创新服务，同时，将短期快速发展巩固升级为具有长期生命力和竞争力的可持续发展模式，持续实现高质量发展，将是行业未来要面临的挑战。

当前，互联网行业承担着探索发展新业态、打造数字经济新动能、推动传统产业转型升级、激发经济发展新活力，使互联网行业真正成为经济社会发展助推器的历史重任。

中国互联网协会理事长尚冰表示，受疫情影响，很多企业收入大幅下降，加上数字化智能化基础薄弱，这些因素对部分中小微企业数字化转型制约作用凸显。因此，要在政策和资金上加大支持力度，缓解企业转型压力，要加快数字基础设施建设和公共服务平台建设，引导重点领域数字化转型的创新发展，降低企业数字化转型成本，为企业数字化转型赋能。