

1个亿!

宁波发放消费券聚人气提信心振消费

记者 史妮超



核心提示

转眼间，2020年已经划过半。在这“难熬”的半年，宁波商业遭遇了前所未有的挑战，一度陷入低谷。在逆势之下，宁波政府如何救市、商界如何自救，如何激发消费潜力。

这个时期，“消费券”无疑成为关键词。

这个被视为“真金白银”的及时举措，在短期内带动宁波消费市场回补，一定程度上发挥了“四两拨千斤”的作用。

4月17日以来，宁波连续启动两期共8轮消费券，共计投放1个亿消费券。线下才能使用的消费券，让宁波人有了出门消费的意愿。小小消费券提振的不止是销售数据，更在重塑整座城市信心。

A 宁波市民：消费券“不够花”

仅仅3分26秒，750万消费券就被一抢而空。6月最后一轮消费券发放，再次刷新了“宁波速度”。

自从宁波消费券开始发放以来，市民姚女士基本“次次没落下”。已经逐渐习惯“券消费”模式的她，最大的感受是，手头的消费券有点“不够花”。

“这周一晚上的消费券，我抢到了‘满200减50’的通用券，第二天就去加油站加满了一箱油。紧接着这周三，支付宝也开始发消费券了，连续17天。我每天都特意设了闹铃抢，中午吃个工作餐、买杯奶茶，都能用上。”

姚女士并非个例。记者在走访中了解到，不少宁波人都觉得消费券“不够花”。

而在市民形成“券消费”的习惯背后，消费券这块无形的“石子”，真实地激活了宁波商业复苏的一池春水。

宁波市商务局统计数据显示，第一期3000万宁波消费券最终核销率达89.4%，直接撬动消费2.7亿元，撬动率为10.1，间接带动消费超过25亿元。

第二期8000万宁波消费券，截至7月3日，全市通用消费券实际核销金额1559.063万元。其中，云闪付平台通用券核销额448.2745万元，平均核销率91%；支付宝平台通用券核销额1110.7885万元，平均核销率61.37%。

B 消费券为宁波商业“添了一把火”

在宁波消费券的联动带动下，宁波各大商业的客流出现了明显的增长。

7月3日晚上，在天一广场地下停车场的南入口，记者看到进入车辆已经排起了长队。广场内，人山人海、喧嚣热闹。

根据天一广场统计数据显示，目前广场整体客流量，周末日均客流21万人次，工作日日均客流16-17万人次。已经与疫情前的周末时段客流量不相上下。

相距不远的东鼓道商业街也同样人气爆满。从东鼓道6月份的数据来看，整体客流量达到128.1694万人次。其中，节假日的日均客流均接近5万人次，工作日的日均客流均在2.5万人次左右。值得一提的是，周末的4小时夜间客流（18:00-22:00）达到1万人次以上，工作日的4小时夜间客流也达到6000人次以上。

1902万科广场数据显示，端午小长假期间，商场年中庆、政府消费券等多种因素影响下，该商场总销售同比增加128%、总客流达成率111%。其中，重点品牌波司登、VERY baby、玺辣销售浙江第一；谭鸭血、大渝火锅等好评宁波第一；可莎蜜儿、ST&SAT、北疆饭店单日销售浙江第一。

和义大道数据显示，6月份以来，该商场销售同比增长67%，目前主要餐饮品牌均已恢复甚至超过疫情前水平。从人气来看，目前和义大道工作日平均客流在1.5万人次/日；周末平均客流在2.5万人次左右。“不管是人气、还是销售，都已经全面恢复甚至超越疫前水平。这与政府积极引导、消费信心快速恢复是离不开联系的。”和义大道有关负责人表示。

截至目前，参加宁波消费券的商家数量已经超过46万家，值得一提的是，配合消费券的投放，商家也不断推出各种叠加的优惠活动，放大了消费券的购买力。

C 宁波中小微企业全面复苏

承接溢出效应，中小微企业盼来“及时雨”。消费券的发放，让超市、餐馆、便利店等都忙了起来，真正迎来复工后的消费高峰。

上周末，缸鸭狗天一店店长李先生忙到下午2点才结束午市。“近段时间午市、晚市的客流情况都很不错，都是满座，比之前忙多了。三四月店里几乎都看不到等位，这几天已经要等10多桌才能等到位置了。”

他将解困的首功归于消费券，“最明显的变化除了人气恢复，就是客单价的提升，平常我们这里的每桌桌单价在100元左右，目前提升到了130元左右，增幅高达30%。另外，这个周末的客人以一家3口、一家5口为主，大家都带着孩子出来逛吃逛吃了，说明消费信心真的恢复了。”

消化过剩产品，大型超市“如释重负”。鄞州区一家超市的负责人告诉记者，超市里适时推出指定商品的折扣，再叠加宁波消费券，对一些库存量较大的商品销售起到很好的推动作用。宁波消费券发放期间，用券消费的顾客客单价基本都超过100元。

“消费券不仅仅是一种消费补贴，更主要的作用在于打通‘供需循环’。比如，这两期宁波消费券的发放，整合了政府、商家、企业，包括消费者，通过‘小撬动’来推动‘大循环’。”宁波市商务局消费促进处处长尹秋平表示。