



拉动消费

挖掘增量

■ 尽管诸多行业受疫情影响严重，但市民的消费需求从未“消失”，只不过一部分“憋”着，一部分从线下转到了线上

■ 消费是需要引导的，目前刚性需求方面大多是传统的消费方式，刚性需求升级换代可以带动消费

紧跟当下趋势、挖掘优势资源、盘活刚性需求

让无处不在的消费“热”起来

思想众筹

“春节我们买了出境游的机票，因为疫情没有成行。从1月憋到现在，等疫情控制住了，还是有出行的计划，而且这种人与人之间的交流意愿会更强烈。”旅游、交通、会展、文化、餐饮……尽管诸多行业受疫情影响严重，但在全国人大代表、上海市工商联副主席樊芸看来，市民的消费需求从未“消失”，只不过一部分“憋”着，一部分从线下转到了线上，“就比如旅游，一定会有报复性反弹，你看五一假期长三角主要交通道路上的拥堵情况就知道了。”

政府工作报告中明确，消费对于经济发展持续发挥着主要拉动作用，为了推动消费回升，政府、企业使出了浑身解数。在上海，“五五购物节”就是拉动消费的一个重要举措。整个二季度，区、商家热点不断，优惠促销此起彼伏，主题购物季轮番登场……面对新的消费趋势，上海如何借助“五五购物节”更好打造世界级消费城市？代表委员们纷纷建言献策。

直播带货更给力 网红经济有潜力

“买它！买它！买它！”过去的这个春天，这句魔性的吆喝声在大街小巷随处可见。为了拉动消费，“五五购物节”期间，各级政府官员、大小商家纷纷变身网络主播，开启直播带货模式，销售成绩喜人。“从目前直播电商市场的热度可以预见，2020年的成交总额超

过万亿是大概率事件。各大平台竞相重金布局直播业态，推出直播扶持计划。”对于直播带货这件事，全国人大代表张兆安给予了高度的关注，“应该清醒地认识到，直播电商将会直接推动消费增长，带来巨大的销售增量。”

线上新型消费的潜力对于拉动消费具有非常重要的意义。“疫情期间，居民的消费从线下转到线上，网络营销是拉动消费的重要方式。”说到网络营销，不得不说的一个话题便是“网红主播”，在樊芸看来，网上消费的需求不但没有因为疫情停止，反而在不断升级，网红经济在拉动消费上潜力巨大，甚至网红主播将成为未来很长一段时间内不错的就业选择。

消费券直接刺激 发放方式可创新

“五五购物节”期间，发放消费券是不少商家让利消费者，直接拉动消费的重要举措。消费券怎么发放才能直接发到老百姓手中，让消费者手上，让大家在购物的时候直接享受优惠？

“疫情期间，我们的口罩是通过社区发放的，可行且效率高。消费券是不是同样可以通过社区发放，市民买日用品的时候可以直接兑换，我觉得这是可以尝试的。”樊芸说，“当然还可以探索互联网支付平台发放的模式，实现线上线下联动。”

消费券如何发放才能更好刺激消费的话题，同样受到了全国政协委员、上海工商联副主席周桐宇的关注，而她的关键词则是数字消费券的精准发放。

“此次‘五五购物节’上海依托丰富的商家资源和支付宝等数字化平台资源，企业搭台，零售商业体、银行、甚至是路边小店都能通过支付宝发放，‘企业消费券’、‘小店消费券’，商家可自行决定发放金额、折扣比例、有效时间等。”周桐宇介绍，“五五购物节”期间，上海总计发放超过100亿各类消费券，百联集团、新世界集团还通过支付宝向商场附近3至5公里内的用户发放消费券，精准发放，拉动消费。

城市名片焕新生 老品牌整合优势

在上海的消费市场，有一笔财富是长年累积而来的，那就是品牌企业在引领消费上的影响力。“几十年前，对于很多人来说，拥有一件上海货是非常时尚的事。这么多年过去，这些消费人群还在，他们对于上海的商业品牌有着浓厚的感情，而这种情感的记忆，是对上海品牌的高度认可。”在樊芸眼中，“上海”两个字对于消费市场来说，本身就是一张金字招牌。

樊芸说，上海的老品牌并不守旧，相反，很多老字号正积极顺应新的市场需求，焕发出新的生机。“我记得有一次去看球赛，结束后有几个年轻人，到处找大白兔新出的一款冰激凌，价格并不便宜，但适合年轻人的口味，他们就很喜欢。传统品牌正在引领消费新时尚。”

从老字号品牌到老字号商圈，上海在挖掘消费潜力上有着丰厚的“家底”。“我们有淮海路，有南京路，为什么这些大的、高品质的商

业体不合力打造一个商业平台呢？”樊芸建议，在线上经济迅猛发展的当下，打造一个上海特色的互联网营销平台，利用自己的优势，参与几大电商平台的竞争，不仅可以“上海品质”拉动消费，对于规范网络平台竞争也有重大意义。

刚性需求带动大 消费升级有文章

拉动消费增长，如何挖掘增量，是个很有意思的话题，在这个话题上，樊芸把目标瞄准了刚性需求的升级换代。

“消费是需要引导的，目前在刚性需求方面，我们的消费方式大多是传统的消费方式，但这部分的带动是非常大的。”樊芸举例说，哪怕是一张按摩椅也蕴藏着升级换代的消费空间，“我家有一张按摩椅，我特别喜欢，可是时间久了，它的皮面坏了，如果商家给我提供一定的优惠，让我更新换代，我肯定会愿意去消费。”

消费无处不在，这是樊芸不止一遍强调的。“买房需要软装，这个过程会持续很长一段时间，会涉及方方面面；车子需要更新换代，需要后续的延伸服务，这些都可以带动消费。而随着人们生活品质的提升，个性化、定制化市场，也会成为新的消费趋势。”

此外，除了个人，企业其实也是消费的主体。樊芸说，对于企业来说，办公用品是刚需，甚至连榨汁机、咖啡机、年会的各种奖品，也是刚需。特殊时期，如何通过一系列举措稳企业，拉动企业消费同样值得关注。

本报记者 毛丽君 方翔

今日论语

在当下中国，刑事追诉最多的一类犯罪竟然是醉驾！昨天，最高人民检察院检察长张军向十三届全国人大三次会议所作工作报告中提及的这个信息，大概谁也想不到。这份报告首次披露20年刑案数据，对比来看，很不寻常。它反映出我国20年来刑事犯罪、治安环境的变化，也从一个角度深刻折射出社会巨变。

报告显示，1999年至2019年，检察机关起诉严重暴力犯罪从16.2万人降至6万人，年均下降4.8%；“醉驾”取代盗窃成为刑事追诉第一犯罪；另一方面，新型犯罪多了，扰乱市场秩序犯罪增长19.4倍；生产、销售伪劣商品犯罪增长34.6倍；侵犯知识产权犯罪增长56.6倍……同时，被判处三年有期徒刑以上刑罚的占比从45.4%降至21.3%。这表明社会治安形势持续好转，人民群众安全感增强，同时也显示社会治理进入新阶段。

犯罪类型的变化与经济社会的发展密切相关。安全感的增强，离不开执法部门的强有力打击，也得益于科技的发展。就拿曾经居高不下盗窃来说，如今全面的人防加技防使得入室盗窃很难不被发现，移动支付使得现金使用大大减少。不是有个段子吗？现在几乎人人出门都不带现金了，连偷手机也很难了，因为手机都拿在手里，吃饭走路都在看，小偷这个“古老的职业”就这样被移动支付“干掉了”。

20年的数据，可为将来的司法实践、社会治理提供重要的参考依据。严重暴力犯罪下降六成，看上去凶凶极恶的“坏人”少了，但这绝不意味着“天下无贼”。这20年来，电信诈骗等诈骗类犯罪增长很快，给人民群众造成了巨大的财产损失。此外，值得注意的是，全国各地经济领域的犯罪案件不断上升，商业欺诈、生产销售伪劣商品、侵犯知识产权、金融证券业的犯罪……这又何尝不是另一种“盗窃”呢？打击并预防这些领域的犯罪，应成为今后司法实践的重中之重。

这一大跨度的历史纵向分析，还彰显了法治中国的进程。在轻微刑事犯罪大幅攀升、占比不断抬高的情况下，贯彻“谦抑慎刑”司法理念，尤显重要。这也是最高检报告的价值所在。

最高检二十年数据折射社会巨变

邵宁

我国火车票对未成年人及青年的优惠力度不大

委员建议增设青年票等优惠票种

本报讯（记者 江跃中）我国火车票对未成年人及青年的优惠力度不大，为此，在沪全国政协委员、民进上海市委专职副主委胡卫提案建议增设火车未成年人半价票及青年票，即6岁以下儿童免票；6岁到16岁的可购半价票；16-22岁青年按票面价格的70%优惠购票。

胡卫介绍，相对于其他国家，我国火车票对未成年人及青年的优惠力度不大。一方面按照身高限定免费或半价的门槛，其理由和依据有一定争议；另一方面，对于12-22岁这个年龄的未成年人及

青年，除了符合学生票条件外，基本上其旅行没有任何优惠。“无论是从疫情后出行恢复、消费带动，还是从国民教育角度来看，有必要仿效其他国家，增设火车青年票等优惠票种。”

目前国内火车票对未成年人的优惠票主要有两种：儿童票与学生票。儿童票又分为两种：不足1.2米的儿童免费，但须由成人携带，且一名成人只能携带一名免票儿童；身高为1.2-1.5米之间的儿童，可以购买半价票。学生票条件更为严格：在国家教育主管部门批准有学历教育资格的普通大中专院校（含民办大

学、军事院校），中等专业学校、技工学校和中、小学就读，没有工资收入的学生、研究生，家庭居住地与学校所在地不在同一城市的，允许就家庭居住地和学校所在地之间的乘车区间购买优惠票（一般为半价），每年仅限乘4次。

今年受疫情影响，老百姓出行旅游意愿处于低点，更要在适当时候出台相关优惠政策鼓励出行消费，尤其是年轻人，他们的消费行动力比其他群体强。

胡卫建议，增设火车青年票。16-22岁（含）青年乘坐火车出行的，可按票面价格的70%优惠

购票，不受区间限制。儿童免票条件修改为6岁（含）以下，不再以身高为标准。由于二孩政策的施行，应允许1名成年人可携带2名免票儿童。儿童半价票修改为未成年人半价票，半价票的条件是从6岁到16岁（含），不再以身高为标准。保留学生票上学或返乡的半价优惠票，仍适用原条件。在一定时间内，如新优惠试行第一年，对铁路部门因此承担的预估成本由国家财政给予适当补贴。在试行一年后，跟踪统计因此增长的客流、成本和收益，重新评估补贴的必要性和幅度。