

# 消费券,释放温情,拉动热情

本报评论员  
项向荣



消费券将激发人们的消费热情和商家的复产热情,鼓励大家打赢疫情中的经济战。

3月26日起,杭州分步向在杭人员发放16.8亿元消费券。嘉兴首轮消费券也于3月30日起陆续投放。绍兴市4月3日起也将向市场投放1.8亿元消费券。之前,江苏、辽宁、安徽等地一些城市也推出了不同形式的消费券。消费券话题成为网络热搜,微博等平台的消费券使用满意度调查结果显示:超八成网民给“消费券”政策打出好评。此外,苏宁、国美、美团等企业也推出了企业版消费券,规模从数千万元到数亿元不等。

消费券实际上并非新事物,早已有较为成熟的发行经验,也取得过较好的效果。消费对GDP的贡献高达57.8%,按照经济理论,消费券有“乘数效应”,意即通过产业关联和区域关联对周围地区发生示范、组织、带动作用,以政府通过增加公共支出的方式,使国民收入增加,导致总需求成倍扩大,从而促进企业再生

产,带动就业和消费,以此形成良性循环。

表面上,消费券是每个人几十块钱的实惠,但民众的消费热情,对商家尤其是小商户、私营企业是巨大的拉动。来自杭州市商务局的信息,27日早上8点开放申领杭州消费券,截至29日下午4点,兑付政府补贴2983万元,已带动杭州市场消费4.53亿元。很多商场和商家推出的叠加优惠政策,让消费热情进一步高涨。

消费券是一个非常规的短期刺激手段,要保证中长期消费,需要社会环境的进一步正常化。而消费券带来的作用,除了实打实的优惠,更多是对消费者心理预期的强大暗示。

此次新冠肺炎疫情,已对国民经济造成不小的影响,发放消费券也可视为对广大群众积极支持与配合政府防疫抗疫工作的奖励与安抚,彰显着社会的浓浓温情。特别是对

受此次疫情影响较大的收入较低、民生负担较重的群体给予补贴,不仅有助于稳定消费,也可帮助受疫情冲击较大的群体度过难关。

杭州这次发放的消费券,就考虑将较大比例的消费券定向发放给受疫情影响较大的中低收入和弱势群体,弥补他们因收入下降带来的损失。虽然这些消费券的补助并不能完全满足生活所需,但在心理层面上却给了人们莫大安慰,从而稳定了他们对于未来生活的信心:疫情终将被人们打败,在消费提振的推动下,社会终究回到正常运转的状态,到时每一个民众的生活会回归到安宁的烟火气中,经济社会也终将恢复正常。

有位业内人士说得很到位,发放消费券,“意在四两拨千斤,不能简单算总量”。消费券将激发人们的消费热情和商家的复产热情,鼓励大家打赢疫情中的经济战。

## 助农,拓展思路才能危中遇机

本报评论员  
张炳剑



面对困难,只要各方齐心协力、拓展思路,寻求转变,危机中也会有机遇。

据钱江晚报·小时新闻客户端报道,在省政协委员和林业专家的助力之下,余杭区径山镇的优质鲜笋不仅走进了超市、电商,还摆进了加油站,一举改变了因为疫情影响而出现的滞销困境。

受疫情影响,往年能卖好价钱的鲜笋出现了滞销,大量鲜笋积压在产地,导致价格暴跌。由于价格下行的连锁效应,笋农宁愿竹笋烂在地里,也不愿意去采收。如果不及时售出,最后只能烂在了林间地头,一年白忙活不说,还得贴钱。此外,如果大量早期鲜笋滞留在原地,继续生长、消耗有效养分,挤占地下空间,影响后续竹笋的萌发、留养、成竹,对竹林系统产生退化、衰败等不良影响,使次年竹笋的品质下滑,影响销售。

这事引起了省政协常委、省林业局一级巡视员吴鸿的关注,他马上组织省林业局、国家林草局竹子研究开发中心的专家团队多次实地调研,协助笋农助销。

此后,针对鲜笋的滞销问题,省林业局、国家林草局竹子研究开发中心主动对接联系世纪联华、云集电商、檬果科技、中石化碧辟等企业,探索构建了鲜笋“进超市、进加油站、进社区电商”的“新销售”体系,实现鲜笋从“田间地头”直达“厨房桌头”,解决了鲜笋的销售难题。

可以说,此次“助农”行动不仅解决了笋农困难时期的“钱袋子”,同时开拓了笋农的思路、激发了笋农的积极性,从而保障了径山的竹笋种植的可持续、健康的发展。

思路决定出路。疫情来袭,确实给很多行业很多人造成了困境,带来了困难。但危机危中,危中有机,关键还在于要有积极的心态和灵活多变的思路转变。

在这一过程中,我们看到了这一思路。在特殊的困难前,政协委员、有关部门及行业专家等多方协调联动,找资源、搭平台,给政策、想办法,“八仙过海,各显神通”,尽最大努

力,帮助农民找到“新销售”模式卖笋。

如今是一个“酒香也怕巷子深”的时代,商品再好,如果少了吆喝,也无法引起大家的关注,恐怕只有待字闺中的命。对于许多地方的农副产品来说也是如此,它们不缺技术也不却品质,缺的只是一个销售渠道。

比如,此前媒体报道过的衢州碰柑便是如此。衢州的碰柑无论品质还是口碑都很不错,但由于长久以来主要依靠传统销售渠道,在此次疫情中也出现了滞销的情况。后来,通过多种渠道的搭建,包括加油站、网络电商等,甚至市长亲自当起“带货主播”推销,衢州碰柑才走出了销售困境。

所以,时代在变,思路要随之而变,助农方法也得变。

疫情就像是放大镜,将平时不易察觉的问题暴露出来,但也让我们明白一点:面对困难,只要各方齐心协力、拓展思路,寻求转变,危机中也会有机遇。

## 文明祭扫,更要健康祭扫

本报特约评论员  
杨兴东



只要诚心诚意,有没有成群扎堆扫墓并不重要,重要的是心中常念着亲人。

3月28日,清明祭扫迎来首个高峰日。受疫情影响,各墓地都实行了预约扫墓的措施,实现了对祭扫人员的分流。

这个清明节,祭扫讲究因时制宜。过去,人们扫墓时,都会结伴而行,带上祭品,表达哀思。今年清明节,遇上了特殊的疫情防控时期,祭扫并不适合如往年一样扎堆而上。

从疫情防控形势来看,目前国内疫情防控局势仍处于“坚持严防严控丝毫不可松懈”阶段,“外防输入,内防反弹”仍是一场持久战。因此,清明祭扫,我们除了在坚持已有的文明祭扫新风俗外,更要增添健康祭扫的自觉。换言之,清明节哀思要表达,但防疫不能懈怠。

比如有的疫情防控相对紧张地区,群众可以参与“网上祭扫通道”,足不出户,也能

祭扫。有的疫情形势已经缓解的地区,群众可间隔奔赴墓地祭扫;一些公墓管理方也可以实施预约扫墓的措施,限流限行。祭扫不盲目扎堆,每个人的健康更有保障。

疫情当前,健康祭扫是对逝者更加庄严的哀悼。这个清明节,你不去墓地、殡仪馆、骨灰堂祭扫,在家寄托哀思,在道德上并不比任何人低一等。选择预约扫墓、错峰扫墓,不跟随大家盲目扎堆,也同样是对祖先们的一种尊敬。毕竟,我国本土新增病例多地多日虽已清零,但境外输入病例仍不断增加。

在严峻的防疫形势下,换一种方式哀悼,并不影响人们的心意。只要诚心诚意,有没有成群扎堆扫墓并不重要,重要的是心中常念着亲人。健康祭扫,也是向那些防疫抗疫中的牺牲者致敬,珍惜他们的工

作成果。

再过几天就要到祭扫高峰了,我们呼唤健康祭扫,希望这种祭扫新风俗能为大家所接受。这既是对所有人的健康负责,也是用实际行动来支持那些在防疫抗疫一线奋战的勇士。正是有他们的向死而生,才换来了我们的岁月静好。



小时新闻APP  
时评栏目



爱上评论  
扫一扫,一起来评论