



上接1版

为什么发券,不直接发钱呢

3

给同学们介绍一位很牛的现代经济学家——英国的约翰·梅纳德·凯恩斯。可能有的同学听说过“凯恩斯主义”,没错,说的就是他的经济学理论。他被认为是现代经济学最有影响的经济学家之一,宏观经济学之父。在现代社会的管理中,经常会运用到他的经济学理论,作为指导和制定经济政策的依据。

凯恩斯写过一部著名的经济学著作《就业、利息和货币通论》,里面提到一个理论:节约悖论。

他说呢,从个人角度看储蓄是对的,而从国家的整体经济上看,这又不合理的。这就是“节约悖论”。

他这么解释:经济不景气的时候,因为对将来有担忧,怕失业怕收入减少,人们会选择更多地进行储蓄而减少消费。可是如果大部分人都减少消费的话,企业的销售额就会降低,库存就会增加。随之而来的是企业只能降低生产,企业员工的收入也会减少,有时候还会裁员,就业率就会降低。于是人们对未来的担忧就会强化,就会更加坚定地减少消费增加储蓄,这样一来整体经济就会陷入恶性循环。

所以从国家来说,往往不愿意国民这么做,而是希望大家把钱拿出来消费,促进商品流通,走出危机,繁荣经济。

在现实中,他的悖论其实很好理解,当下各国的经济现状正呈现出他所说的这种现象,所以各国才会不约而同地推出各种形式的消费券,来促进消费。

提振消费已经是一件很紧迫的事。国家统计局发布的数据显示,今年1-2月,社会消费品零售总额同比下降20.5%,其中餐饮收入同比下降43.1%,汽车销售额同比下降37%,家电下降30%。

4

有同学又会问了:那么为什么不直接发钱呢?

这个问题就如消费券要靠“抢”而不是全民派发一样,其实大有门道。

我们需要粗浅地了解消费券的本质。

消费券是一种短期的应急性经济政策,它起到的是刺激作用,在短期内刺激经济回暖走上正轨,而不是长效的经济政策。这就决定了,在短时间内尽最大可能地刺激居民消费才是它的本意。



杭州思创画室设计部 陈帅 图

让人心动的“第二个半价”

说到花钱,这里我们再普及一个经济学名词——边际效应。

这是我们日常生活中常用到的经济学原理,以后你们也会常碰到。比如,去麦当劳买蛋筒冰激凌的时候,看着“第二个半价”的标识,是不是会很动心?你掐指一算,一个是4元,2个是6元,等于一个3元啊,不要太划算哦。你会不会想找同学一起拼单或者咬牙一口气吃掉两个?这个边际效应就是商家的惯用手段。

其实也早有人为,这不只是经济学范畴,还属于心理学范畴。

消费券也正是运用了这样的原理。当你在掏40元钱买东西时,如果有满50元减10元的消费券,你多半会去凑满50元的单。于是,促进消费、繁荣市场的目的便达到了。

5

这一点,不得不说到我们国民的消费习惯了。

中国人的储蓄观念是世界都有名的。之前美联储做过一项调查,发现美国40%的家庭,都拿不出400美元的应急费用。在美国人的观念中,借钱消费是一种常态。

加拿大注册会计师协会最近的一份调查也显示,近三成的加拿大家庭每月几乎没有存款,很大原因是在购房、购车时,往往会选择价格高出自己实际负担能力的房和车,造成居民消费负债水平居高不下,“这种消费模式出现在过去十年里,削弱了人们的储蓄能力”。

而中国人则不同。10年前中国人的储蓄率是50%,如今是45%,依旧保持着全球最高水平。如果给美国人民发钱,那么他转身就到超市购物了。但是如果给中国人发钱,就很可能把钱存到银行去了。

相比直接面向居民“分红”、“撒钱”的方式,消费券能够更直接地转化为消费行为。因为消费券通常都会有明确且较为短暂的使用期限,过期作废。从这个角度看,发消费券比直接发钱更有助于提振经济。

6

最后还有一点,可能同学们没有想到,是因为我们的数字支付系统远比国外更发达、普及。

如果你们出国旅游过,一定会比较惊讶并且觉得有点儿不方便,那就是国内很常见的移动端支付在国外非常少,现金和刷卡仍是支付的主要手段。

中国当前非常完善的移动支付O2O体系,已经构建起了属于中国的消费券模式。在发放消费券上更便利,也能在更大程度上做到普惠及平衡,并将消费券具有的特定时间、特定场景、特定用途的特征,发挥到最大,能够明确将消费锁定到需要支持的领域。

其实,很多人在发问“为什么不直接发发现金”的时候,并不了解一件事,那就是,发放消费券的时候,各地也从没有忘记最重要的扶贫济困工作,没有忘记帮助低收入群众渡过难关。许多地方,南京、杭州、上虞等城市都直接给低收入群众发放了爱心购物券。

国情不同,做事的形式和方式自然也不同。做好我们自己的事情,才是真章。



一起读新闻吧

扫二维码,读新闻,长知识,了解天下事。

主持人

郭闻

