

26天带动消费逾24亿元

一券风行热并州

“新冰箱就是好用,功能也多,尝尝我刚做的冰淇淋!”炎炎夏日,市民赵女士和家人一起品尝着自制的冰品,惬意之极。日前她喜提了青睐之物:一款近7000元的海尔冰箱,使用满4000元减400元的电商通用券,叠加了商家“6·18”促销活动,省了约2000元。

和她一样,这个夏天,众多市民享受到了消费券的实惠。5月21日至6月15日,我市“晋情消费·悦享生活”第二阶段消费券投放期间,共销券约3.06亿元,带动消费逾24.11亿元,惠及百姓425万人次。活动期间,各类券种均受到市民喜爱,尤其在周末与节假日,更是将消费热情推向高潮。不经意间,持券消费已成为市民生活的一大亮点。小小一张消费券,犹如一剂“催化剂”,点燃了市民的消费热情,带动了消费大市场,潜移默化地激活了我们生活的这座城市。



3 助推“大市场”

1 助力“翻身仗”

傍晚时分,太原龙湖万达广场三层,不少餐饮店内宾客满堂,好生热闹。老太原菜馆万达店收银员小赵忙得脚不沾地,但脸上始终挂满笑容。

他的喜悦缘于在消费券的加持下,店里打了场翻身仗。5月下旬以来,店里顾客明显增多,每日约五分之一的顾客使用消费券,咨询消费券的电话每天有20多个,一扫4月里因疫情造成的门前冷落境况。

5月底至今,他们的日营业额基本保持在两三千元,周末达到五六千元,客流量达到之前的两倍多。5月下旬的两个周末最火爆,当时日营业额达到约1万元,高峰期顾客还排起了长队,就连下雨时也照旧。他表示,“最近的生意越来越好。消费券带来了更多消费者,尤其是周末和端午假期,人流和销量相比平时基本翻倍。”

不仅如此,消费券对快餐业的拉动作用也较为明显。堂堂美食市集西宫店6月的客流逐步增多,每到中午时分,不少周边上班族三五成群结伴而来。店面经理尹淑林介绍,6月份,他们分布在全市的9家店营业额均有所增长,尤其是店里最受欢迎的稻田小龙虾,销量翻了一番。不少市民表示,“因为有消费券,就多买几份给孩子和老人,挺实惠。”

类似的情况不在少数,受疫情影响较严重的餐饮行业,在此次发券行动中受益较大。初步统计,截至目前,住宿餐饮券核销了449万余元,带动消费1622万余元。由于成效明显,根据实际情况,我市又在6月20日对消费券作出补充:自6月21日起,住宿餐饮券再次滚动发放,市民可于每天10时至24时继续抢券,持续至7月10日。

2 助燃“烟火气”

夜晚或周末,打卡的人潮从四面八方纷至沓来,千年古街钟楼街变成了时尚的、游玩的乐园。在消费券与各类活动的带动下,街区里熙熙攘攘,人声鼎沸,烟火气更加浓郁了。

“政府消费券的拉动非常明显。”该街区的一家文创店负责人坦言,活动期间,近三成入店顾客使用消费券,日营业额约2000元。一家服装店人员介绍,6月销售额比之前提升超五成,文旅惠民券中满300元减100元、满200元减70元、满150元减50元的券种使用者最多。一家小餐饮店人员表示,5月销量相比4月提升了约三成,平均每天每个品种销售两三千份。

钟楼街上的商铺情况仅是文旅惠民券使用的一个缩影。“全城可用,小伙伴们可以凭券享受满减优惠。”消费券投放后,太原古县城第一时间向游客发出邀约。太原古县城商业管理部部长郑霞介绍,此次消费券投放期间,平均每天近300人持券而来,起初的10天最火爆,日均持券消费者达1000人。

由于消费券的拉动,5月下旬和6月上旬,太原古县城日均人流量提升至3000人,为以前的3倍。在周末与节假日,基本是以前的5倍。大家登城墙、逛县衙、住民宿、买小吃……将消费券转化为美好的旅行感受。而且,其拉动效应还在持续显现,目前日均游客已达4000人,周末及节假日约1万人。

此次消费券活动中,文旅惠民券惠及游客57.5万余人次,拉动消费8133万余元。仅投放期间的端午假期,我市主要景区、景点、公园、历史文化街区等,共接待游客126.7万余人次,同比增长四成多;门票及营业收入887.5万余元,同比增长六成多。文旅惠民券覆盖广大消费者日常休闲娱乐全过程,涉及“吃、住、行、游、购、娱”要素,为城市增添了“烟火气”。

“活动期间,仅京东平台就核销了1亿余元消费券,拉动逾13亿元消费。”京东山西数字经济运营负责人赵瑛表示。

赵瑛介绍,在电商通用券中,满4000元减400元、满2000元减200元的大额券种,每日发放的1小时内即被抢完,满1000元减100元的券种,于当日下午也被抢完,满300元减30元的小额券稍慢一些。消费者参与热情高涨,投放2秒即有人抢到券,1分钟即已使用,当日下午便收到货。

积极踊跃抢券、享受满减消费……成为不少市民5月下旬以来的日常选择。市民享受实惠的同时,消费券也为商家盘活了店面,提振了发展信心。

“消费券的拉动作用明显,客流与销量均出现较大增长,我们对未来发展更有信心了。”不少参与商家坦言。此次消费券投放期间,唐久核销了消费券14.7万余张、金额1268万余元,带动消费4424万余元;我市苏宁易购

门店累计销售额同比增长4.6倍以上,在家电通用券方面核销了3.7万余张、金额1938万余元,带动消费1.2亿余元,在电商通用券方面核销了1.2万余张、金额269万余元,带动消费3400万余元;美特好门店,在零售通用券方面核销28.4万余张、金额1942万余元,带动消费6897万余元,在电商通用券方面核销2532张、金额24万余元,带动消费247万余元。

在众多参与的商家和消费者看来,消费券带来了实实在在的“福利”,为活跃市场经济、提振市场信心起到了举足轻重的作用。在消费券加持下,市场逐步火起来,经济逐步活起来。

“促进消费是经济复苏的重要抓手,是对冲疫情影响的关键着力点。政府拿出真金白银,用消费券激活‘大市场’,撬动经济发展,是提振信心、引导消费、拉动增长的有效举措。”市商务局党组成员、二级调研员夏文武表示。

记者 李静

短评

杠杆之力

消费兴,经济兴。26天,撬动24.11亿余元消费,消费券的杠杆力量显现。

一张消费券,激活了“大市场”。在其加持下,大家纷纷走出家门,走进商圈、超市、餐饮店吃喝逛购,大街小巷显得精气神十足,消费市场焕发出勃勃生机。

一张消费券,绘出多赢局面。它有效促进了疫情防控常态化背景下的消费市场复苏,增强了市民的获得感与幸福感;还有力帮扶了各行业渡过难关,激发了他们进一步突破创新、勇毅前行的信心与动力。

短期与长期均给力。短期看,利于提振消费信心,激发消费热情,加快市场复苏,助力经济企稳;长期看,益于推动消费市场转型升级,使消费活水源源不断,持续为经济社会发展注入新活力。

消费活了,人气旺了,企业暖了,杠杆的撬动力不小。

消费“不平事”

律师有说“法”

说是“到店支付”,下单后却被预扣款项,如何追回? 商铺不给送货,可以追究所在卖场的责任吗? 车辆里程表被篡改过,能否要求三倍赔偿? 7月3日,市消协律师团成员、北京华贸硅谷(太原)律师事务所律师郑晔对此进行了相关法律解释。

标称“到店支付”不能“预先收费”

消费案例: 郭某通过A公司经营的旅游App预订境外客房,支付方式为“到店支付”,下单后房款即从银行卡中扣除,后郭某未入住。郭某认为,A公司先行违约,要求取消订单。A公司认为,其已在服务条款中就“到店支付”补充说明,即“部分酒店住宿可能会对您的银行卡预先收取全额预订费用”,不构成违约,拒绝退款。郭某将其起诉至法院。因A公司未能证明其履行了充分的提示注意义务,故法院判决A公司退还郭某房款。

郑律师: 民法典第四百九十六条规定,提供格式条款的一方未履行提示或者说明义务,致使对方没有注意或者理解与其有

重大利害关系的条款的,对方可以主张该条款不成为合同的内容。消法第二十六条规定,经营者不得以格式条款、通知、声明、店堂告示等方式,作出排除或者限制消费者权利、减轻或者免除经营者责任、加重消费者责任等对消费者不公平、不合理的规定,不得利用格式条款并借助技术手段强制交易。格式条款、通知、声明、店堂告示等含有前款所列内容的,其内容无效。

“到店支付”的通常理解应为用户到酒店办理住宿时才会支付款项,未入住之前不需要支付。即使该条款补充说明“预先收取全额预订费用”,但对于这种例外情形应当特别提示和说明。

02 商铺不送货 卖场应担责

消费案例: 魏某与某家居有限公司卖场内的商铺达成购买厨具意向,并在卖场统一收银台交纳货款1.87万元,该商铺出具商品销售单。后经魏某多次催促,该商铺均未向其提供相应商品,后该商铺因与客户有纠纷撤柜。多次协商未果,魏某将该家居有限公司及商铺诉至法院,要求退还已支付货款并赔偿相应的经济损失。本案中,某家居有限公司是否承担相应责任?

郑律师: 消法第四十三条规定:消费者在展销会、租赁柜台购买商品或者接受服务,其合法权益受到损害的,可以向销售者或者服务者要求赔偿。展销会结束或者柜台租赁期满后,也可以向展销会的举办者、柜台的出租者要求赔偿。展销会的举办者、柜台的出租者赔偿后,有权向销售者或者服务者追偿。

本案中,魏某在该商铺购买厨具,并支付相应价款,双方的买卖合同关系成立。该商铺未按合同约定履行相应的义务,应将货款退还魏某。该商铺在某家具有限公司商场内经营,该公司作为商场的管理者,对租赁柜台的商户负有管理责任,对于商户损害消费者权益的行为应当及时进行监督、制止,当消费者权益受到损害时,其作为柜台的出租者应当承担赔偿责任。

03 非生活消费需要 不适用于消法

消费案例: 某建筑公司与某旧机动车经纪有限公司签订“车辆交易合同”购买一辆小客车,支付30万元购车款后,经纪公司将该车辆一切手续交付给该公司,车辆里程表显示公里数为8.9万多公里。之后,建筑公司员工驾车前往4S店进行常规保养,发现4S店计算机系统显示,该车最后一条维修保养记录,里程数为168574公里,表明车辆里程表被篡改过。建筑公司认为其权益受到重大侵害,故将经纪公司诉至消协,认为其有欺诈行为,要求赔偿。

郑律师: 消法第二条规定:消费者为生活消费需要购买、使用商品或者接受服务,其权益受本法保护;本法未作规定的,受其他有关法律、法规保护。

该案中,某建筑公司购买车辆是公司经营需要,并非“为生活消费需要”购买,故不在消协受理范围,其也不能作为消法规定的消费者来主张三倍赔偿。可直接向法院起诉。

记者 霍铮 李晓琳