

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，共消费券约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。

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中心、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”。

消费“不平事”



3 助推“大市场”

“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。”京东山西数字经济有限公司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。

积极蹲点抢券、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，使消费活力源源不断，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。

律师有说“法”

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。该商铺在某家居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

01 标称“到店支付”不能“预先收费”

消费案例：邬某通过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，后邬某未入住。邬某认为，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。邬某将其起诉至法院。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公司退还邬某房款。

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”，但对这种例外情形应当特别提示和说明。