

杨静

近日，为提振消费、助力实体商户复苏，成都市开始发放数字人民币线上消费券。据悉，此次消费券通过京东、唯品会、美团3个电商平台发放，共计约141万份，金额1.6亿元，涵盖零售、餐饮、文化、旅游等行业。

实际上，以发放数字人民币红包的形式促消费复苏、帮扶中小商户渡过难关，也正在成为许多地方的举措。例如，雄安新区计划首期发放5000万元数字人民币红包；金华也以数字人民币红包形式发放1500万元普惠消费券；深圳市联合工行、农行、微众等8家银行，则通过美团平台发放3000万元数字人民币红包，覆盖线上线下消费场景。

疫情的反复给中国各行业造成巨大冲击，尤其是对吸纳就业有着巨大作用的中小微商户，更是处于极为艰难的时期。为稳住经济基本盘，保民生保就业，国家接连出台指向明确的帮扶措施，人民银行近期发布相关通知，明确提出敢贷、愿贷、能贷、会贷四个方向，积极为处于困境的中小微企业输血。这些举措，对于中小微企业维持现金流、保住企业可谓雪中送炭，作用巨大。

但是应该看到，救急只能救得一时，企业和商户要想获得存续的信心和持续发展动力，现实有效且事半功倍的做法，无疑就是想发设法提振民生消费，充分发挥消费对经济循环的牵引带动作用。

但如何提振消费，却颇费思量。从这个意义而言，发放数字人民币红包或消费券的做法，值得大力尝试。此番各地发放数币红包一个值得关注的现象是：数字人民币的应用场景出现了显著扩展，除了常见的餐饮、商超消费，购车、装修、保险、融资租赁等领域，也进入到了应用视野，大大开阔了数字人民币的应用领域。

发放数字人民币红包和消费券，可以更为精准地帮扶中小微企业。数字人民币红包和消费券大都带有特定的消费领域，能够更为准确地抵达商户的经营，有效规避大水漫灌、无的放矢。另外，相比于直接货币补贴，数币红包和消费券还会产生“乘数效应”，一般每投放1元消费券，大约可产生2-3倍的直接消费乘数。深圳市发放的3000万元数字人民币红包，仅在端午节3天就产生了可观的乘数收益：日均数字人民币交易用户数、交易订单量、交易金额环比节前分别增长了约84%、94%、155%，推动N地诸多商圈的交易额环比增速出现明显上涨。

在抗疫防疫常态化的局面下，提振消费、助力复工复产，并不是一件容易之事，需要大量艰苦细致的工作，更需要跳出窠臼的创造性思维和做法。发放数币红包或消费券，一定意义上就超越了传统的帮扶思路。

表面看发放数币红包和消费券仍然是在发钱，可在本质上，这样的发钱已经上升到了数字化赋能的层面，其普惠性契合了移动互联时代的消费特性，既有利于挖掘释放消费潜力，也加快了复工复产、提振消费的步伐。

责任编辑：黄帅

来源：中国青年报客户端