



●杭州湾会客厅节目第 17 季在湘湖畔录制

杭州湾会客厅第 17 季： 消费，让城市动起来！

■北 子 鲁敏佳 / 文 徐青青 / 摄

2020 年 4 月 13 日，杭州湾会客厅节目第 17 季——《消费，让城市动起来》，在山清水秀、人杰地灵的湘湖畔录制。

杭州电视台知名主持人杨蓓与杭州市商务局副局长朱铮，杭州市富阳区洞桥镇党委副书记、副镇长何力挺，西溪天街购物中心总经理王玮，以及知名媒体评论员俞柏鸿，相聚美丽的湘湖之畔，就“消费，让城市动起来”这一主题，展开了对话。对话聚焦如何释放被疫情“冻住”的消费需求，探索被按下“暂停键”后消费的启动和促进方式，分享各行各业在拉动消费过程中的宝贵经验，现场气氛十分活跃。

▲谈消费理念

消费，是生产的动力，是举托经济大盘的重要力量。3 月 27 日开始，杭州市政府陆续向在杭人员发放了 16.8 亿元消费券，点燃了杭州消费的星星之火，并迅速燎原。疫情逐渐好转，针对人们的消费理念，嘉宾们发表了自己的看法。

朱铮：今年很可能不会出现报复性消费。一个城市，倘若失去了“市”，就缺乏了活力与生机，也缺少了应有的烟火味。为此，杭州市政府推出的消费券发放这一举措，不仅仅是对消费者的一种补贴，更是希望通过乘数效应，可以刺激到消费，可以让停滞了两个多月的市场逐步恢复起来。

何力挺：许多人依旧会以理性消费为主，这是中国人勤俭节约的传统文化特质决定的。但是，随着疫情的渐渐得到控制，人们被压抑的消费欲望会得到释放，像旅游、聚餐等需求的复苏，多多少少会带来一波消费的反弹。

王玮：目前来看，顾客的消费还是比较稳定的。消费者存在一个积压的需求，商家需要去进一步刺激。消费过程中，消费者会更多地从实际需求出发，倾向于选择实用性高的产品。

俞柏鸿：我自己未来的消费依旧是以刚需为主，但也能感受到一部分群体的报复性消费。

▲谈消费券

统计数据表明，消费券的出现，行之有效地触发了人们的消费欲望，使得城市渐渐“动”了起来。

朱铮：截至 4 月 12 日，消费券共使用 2.9



●杭州电视台知名主持人杨蓓



●杭州市商务局副局长朱铮



●杭州市富阳区洞桥镇党委副书记、副镇长何力挺



●西溪天街购物中心总经理王玮



●知名媒体评论员俞柏鸿

亿，直接拉动营销收入 31 亿，这是一个 10 倍左右的乘数效应。此外，2 月 22 日起，市商务局从杭州 95 家商场和综合体中挑选出最大的 30 家商业体，每天观察其营收情况，消费券的出现，让这些商业体的营收提升了 15%。可以说，消费券已经实现了阶段性的目标。

何力挺：乡村游不同于商场消费，会受到出行意愿、接待条件等情况的限制。与去年同期相比，乡村游仍存在一定幅度的下降。但消费券出现后，以他所在的富阳区洞桥镇为例，人流量环比上个月同期上涨了 60% 左右。当地民宿及餐饮行业的接待量，已接近饱和的状态。

王玮：消费券的出现，为西溪天街的销售额带来了约 20% 的涨幅，这样的影响，可以说举足轻重。

俞柏鸿：消费是整个中国经济的主要引擎之一，只有消费提振了，复工复产才有润滑剂，整个产业才能更好运转。从这个角度讲，消费券的出现，确实有现实意义。

▲谈消费券之外的服务提升

在配合消费券使用的同时，商家如何进一步提供配套方案，来刺激客户的消费需求，嘉宾们进行了探讨。

朱铮：消费券作为非常时期的非常之举，得到了社会各界的普遍好评。它的出现也实现了阶段性的目标。取得的成绩，是政府和商界相互合力的结果。有关数据表明，抢消费券时的流量超过淘宝双十一，这可以说是杭州消费券受欢迎程度最有说服力的广告。

何力挺：乡镇一级政府，在积极响应消费券使用的同时，还对新开办的达标商家进行一定的补助，从硬件和软件两方面来提高配套设施、提升服务品质。此举，可以吸引更多的游客来体验更好的乡村游。

王玮：借力这次消费券活动，她所在的西溪天街也通过满减等形式，同步让利给消费者，让消费者真真切切感受到疫情之下的一份温暖。

俞柏鸿：众人拾柴火焰高，政府、商家、商场共同发力，激发了老百姓的购买欲，提振了经济。杭州消费券设计科学、理性与精准，能让优惠真正落到实处。针对全体在杭人士发放，也是一座城市的大气与包容。

▲谈良性闭环

让城市“动”起来，不仅仅依靠线下的交互

与体验，更需要的是线上与线下相互融合、发挥共振，与会嘉宾们发表了各自的看法。

朱铮：疫情期间，城市马路两旁店门紧闭、毫无生机，只有人气才可以让城市“动”起来。线上领券、线下消费，线上与线下相互融合，是一个温暖的良性闭环，创造了城市的烟火气。一轮轮消费券的发放，让资金轮转变得更有智慧。消费券的发放，它不光是以福利的方式来拉动经济发展，更多的是向全体在杭人员传递一种“该出门消费”的信号。

何力挺：越是到基层，线下消费的比重就越大，因为疫情，很多线下的消费习惯被迫转移到线上。洞桥镇以状元为元素拍摄了 MV，通过互联网的形式，将古代元素与现代方式进行碰撞，以吸引游客前来体验。如今，人与人之间、村与村之间，包括外地游客与本地居民之间的闭环已经发展得越来越完善了。洞桥镇政府未来会加强直播间建设，将洞桥乡土气息浓郁的产品通过互联网推广出去，带动当地经济的复苏。

王玮：面对疫情，商场开发了小程序，在龙湖天街进行直播。截至目前已经开设了 35 场直播，每一场次的销售额都过万，效果非凡。西溪天街会进一步了解不同时期顾客的需求，激发消费者的欲望，并进行精准营销。

俞柏鸿：如果将消费券放在线上，可能一天的时间就可以消费完毕，如今线上与线下互相融合的方式，不仅仅是刺激消费，更是促进消费方式的健康回归，让人们可以感受到城市的生活品质。当然，消费券不能常态化，一旦常态化，对这个市场是有害的。如今，人们抢消费券更多的是体验一种幸福感、获得感、参与感和存在感，即便没有抢到，依旧乐在其中。

《杭州湾会客厅》既是电视节目，又是政界、学界、媒体界、企业界四界联动、学习交流、资源整合的平台。节目每月录制一次，录制时，在国内知名网络视频直播平台同步直播；成片后，在杭州电视台生活频道黄金时间播出。

《杭州湾会客厅》由杭州文广集团、杭州市工商联、杭商传媒主办，杭州生活频道、杭商杂志编辑部承办，达利国际、湘湖金融小镇、跨湖楼餐饮集团特别协办，和康医疗集团、华醒少年、衣邦人、中广股份、明视康眼科、元弘投资、尚哲投资、乾球环境、通策宝群协办。