

消费券与刺激消费

■ 靳 晋

近期“消费券”一词频频进入公众视野，引发社会各界的普遍关注。2008年12月11日，成都市政府最先宣布拿出价值3791万元的消费券，发放给全市城乡低保、农村五保及城乡重点优扶对象，每人100元。与此同时，“欧元之父”、诺贝尔经济学奖获得者罗伯特·蒙代尔先生建议中国政府向公民发放1万亿的购物券，作为刺激经济的一种方式。平均到13亿人头上，每人大约是800元人民币。

消费券是各国政府为促进民间消费、刺激经济而设的一种短期辅助货币机制。以日本于1999年施行的消费券措施最为典型。当时日本陷于经济不景气，日本政府为了刺激消费与照顾弱势群体，针对符合发放条件的特定群体发放名为“地域振兴券”的消费券，每张面额1000日元，总额2万日元（约合170美元），限半年内使用完毕。当时约有3107万人领取“地域振兴券”，实际消费约99.6%，合计6189.61亿日元。

直观地看，消费券对刺激消费需求、提振经济颓势在短期是有正面效果的。在消费者对未来信心不足、收入预期悲观的情况下，直接以财政补助的形式增加家庭消费能力，在可预期的时间内必然会增加消费量，从而进一步带动生产，形成所谓的乘数效应，能够起到一定的刺激消费、拉动增长的作用。从补助的形式上看，与直接退税和发放现金比较，消费券能

够有效克服“预防性储蓄”问题，增加当期消费。因为在经济不景气时，公众一旦拿到现金，很可能储蓄起来而不用消费，这样，原本刺激消费的预期效果就会大打折扣。而消费券在这方面具有现金所不可比拟的优势。此外，消费券的面值及使用期限都是固定的，基本上能够堵死雁过拔毛或临时挪用的漏洞，操作相对简单，监管成本较低。上个世纪30年代的大萧条以来，每当宏观经济不景气时，各国政府最为倚重的一种做法就是刺激需求。当前，我国政府为保持经济平稳快速增长着力扩大需求特别是消费需求，因此，增加消费补助，特别是发放消费券也不失为一种可选方案。

作为一种特殊的财政补贴形式，消费券在发放的对象、使用、流通及印制等方面要经过周密的设计，才能发挥其拉动消费、促进经济、保障中低收入者的作用。从消费券发放对象看，要针对中低收入者，力戒人人有份。通常低收入者的边际消费倾向比高收入者要高，也就是说，同样得到1元钱的补助，低收入者可能要拿出0.6元去消费，而高收入者可能只拿出0.4元去消费。同时，对中低收入者发放消费券，还可以达到调节收入分配的作用。因此，消费券发放对象应该是缺乏消费能力的低收入者，也就是要“排富”。从刺激消费、实现支出最大化的目的出发，可以考虑将消费券的使用限定在家庭日常消费范围内，并允许消费者持券到所有可以开立统一

发票的正规商家购物。这样既增加了消费者的选择权，又免除了政府通过招标选择商家所带来成本增加，也避免了的寻租、腐败行为。同时，要选择适当的限定消费时间。消费时间越短，拉动消费的效果应越显著；但如果消费时间过短，也可能使得一些消费者不愿消费而到黑市去兑换成现金。根据各国经验，可以考虑期限为三个月。此外，还要加强消费券的印制管理，以防止假券流通。

需要说明的是，除了可以发放消费券以外，政府还可以考虑发放性质类似的就业培训券、教育券等，变货币补贴为有指定消费范围的补贴，这样既有助于扩大消费、又有助于提高人力资源水平。比如，就业培训券可以实行一人一券，专款专用，变“授人以鱼”为“授人以渔”。再比如，1999年起，浙江长兴教育部门针对本地农村家庭尝试发放教育券，面值200至400元不等。目前，教育券在浙江各地成为政府针对个体教育扶贫的首选办法普遍施行。

消费券对经济的拉动作用具有其局限性。虽然在短期内它可以收到立竿见影的成效，但并非一剂万能妙药。发放消费券只宜作为短期应急的辅助性举措，而不应也不可能成为政府宏观调控的利器。从长期看，我国扩大消费需求还应着力于调节收入分配结构和完善社会保障制度。

（作者单位：沈阳理工大学）

责任编辑 赵 军