

漫谈“假日经济”

○ 王 妍

近年来,“假日经济”已经成为一个热门话题。“假日经济”的发展,对促进经济社会全面发展将产生重要作用,也将会使人们的消费观念产生重大改变,对于启动消费、扩大内需有着深远的意义。

“假日经济”是消费经济的一个范畴,从我国目前假日消费现状分析,它有如以下几个特点:从消费范围上看,具有独特的城市地域性。这种地域性决定了“假日经济”是城市独有的消费经济现象,这是与城市居民的消费观念、经济实力、消费环境与消费水平相适应的,而农村暂不具备产生这种消费现象的条件。从消费主体上看,具有广泛的群体参与性。假日的延长,使得人们有更充足的休闲时间来放松自己,人们纷纷走出自己的家门,或外出旅游,或购物、休闲。无论是年轻人、老人,还是小孩,都有积极参与的热情。这种参与热情导致了群体消费热潮。从消费水平上看,具有普遍的大众消费性。这是由我国生产力发展水平和当前的消费现状所决定的。经过20多年的改革开放,生产力得到较快的发展,人们的生活水平普遍提高,甚至出现了少数人的高消费。目前,决定人们消费的直接因素仍是价格,大众中低档型消费仍是假日消费的主流。从消费周期上看,具有明显的短期集中性。假日消费热潮随着节假日的出现而日增,随着节假日的结束而日减。这就是说,人们已习惯于节假日集中消费。从消费结构上看,具有一定的享受性消费。人们的消费结构已开始由最原始的基本生存转化为享受消费,享受

消费将成为促进我国经济发展的一个趋势。

中国人口众多,决定了休闲市场是一个巨大的消费市场。“假日经济”对启动消费市场是一次难得的机遇。假日期间市场消费的火爆,给商场、旅行社、客运部门和旅游景点带来可观的客源和收入的同时,也对这些行业提出了更高的要求。特别是旅游方面,景点交通拥挤、住宿紧张,使许多游客不甚满意,导致旅游投诉不断。这些问题都有待及时得到解决。因此,如何最大限度地挖掘“假日经济”的潜力,产生更大的经济效益,是摆在商家、政府及消费者面前的紧迫问题。

作为商家,要努力提高自己的促销能力、服务水平和自身的素质,切实为消费者服务。其一,要认真研究市场,了解顾客消费心理和消费需求,推出特色商品,开拓新的消费项目、消费领域,将商家所说的“引导消费”转变到“消费者引导商家”上来,避免一味采取打折让利、延时销售等消极促销手段。其二,要合理调整市场价格,灵活机动销售。价格变化直接影响消费的变化,按照经济学的一般原理,价格下降则消费增长,价格上升则消费下降,因而刺激消费需求应该适当降价。但是由于节假日经营成本加大,更多经营者在竞争中实行了暂时涨价的办法。假日消费中普遍涨价所导致的宏观效果与消费者心理适应力之间必然存在一定距离。因此,在销售上不仅仅以价格来吸引顾客,更要注重以优质的商品和服务来吸引顾客。其三,要搞好概念营销。

概念营销是“假日经济”的重要手段,其本质是即兴消费、冲动消费。这种消费不为生活所必需,而是一种时尚。其四,还要努力营造假日文化。以文兴商,以文振企,正被越来越多的企业、商家所认同。实践证明,文化也能创造价值,创造效益,让文化进入商业,融进服务,提高商品和服务的附加值,可使假日里消费者的多方面需求得以满足,从而提高消费者生活质量和品位,使消费更具吸引力。这也是“假日经济”得以兴旺的奥秘所在。

对于政府部门而言,更要重视假日消费的作用,并加以正确组织和有效引导。首先,在决策上要进行科学规划,组织专家学者进行科学、深入的调查研究,制定出宏观调控方案,直至微观的实施步骤。其次,要统筹协调商业、交通、旅游、购物、娱乐、治安、通讯等方面的工作,提供综合性的配套服务,使居民的假日消费综合需求得到充分满足。财政部门要加大基础设施、公用事业投资力度,这是让旅游业兴旺起来的重要基础条件。再次,大力扶植休闲产业,积极开拓休闲领域,为市民创造休闲产品,增加消费。在西方,闲暇社会学是一门热学科,因为休闲作为一个产业有着巨大的经济效益。因此,要积极开拓休闲领域、创造多种渠道,增加消费。最后,要加强法律、法规等配套设施的建设。如商业部门要根据《反垄断法》、《反不正当竞争法》等法律制定相应法规和规章制度,确保市场公平、竞争有序。其它行业如旅游业、交通运输业等要根据各行业特点,完善相应的法律法规和规章制度。

作为消费者,消费观念的更新是必不可少的。只有消费观念得到进一步更新,消费行为的提升才有良好的前提。因此,要消除陈旧的消费观念,树立不断提高生活质量的新消费观念,不论在平时还是节假日都应进行合理的消费,从而提高消费需求的满足程度和消费水平。

(作者单位:东北财经大学财税学院)