# 明折明扣提升消费幸福感

房价一个劲地往上蹿,CPI一个劲地往上涨,你的幸福感有多少?不少人感叹:什么都涨得快,就是工资涨得慢。南京市统计局近期的一份统计数据显示,5年来南京人富余的钱多了,而消费比例并没有因此而上涨。在高房价、高CPI的背景下,消费者纷纷选择捂紧钱袋子,由此应运而生的“折扣经济”越来越受到人们的追捧,有人还喊出了“你不打折我不买”的口号。

万千百货雅顿专柜明确抛出76元换购100元的惠幅,相当于直打7.6折,吸引了很多精明的消费者。

## 你不打折我不消费

近期,记者从各大商场了解到,折扣大战正如火如荼地进行,而以往满减及满送的促销方式明显降温,明折明扣成了时下最热门的促销方式。不少“购物狂人”坚称:“不打折的东西我从不考虑,就是打了折的,我还要货比三家。”

除了商场的明折明扣,一种新兴的“折扣消费”形式也正在南京悄然兴起。你有折扣券吗?如果没有的话,那你就OUT了。如今,在地铁站、商场门口,到处可以看到“维络城”的影子。只要手中一个小小的卡片,就可以在维络城的终端机上打印种类繁多的优惠券,畅享美食、唱K、看电影的“明折明扣”,这种超具时尚感的“折扣消费方式”已经在年轻人中迅速流行开来。

通常情况下,奢侈品消费一般是折扣的禁区。不过,在消费者“你不打折我不买”的消费心理驱使下,奢侈品打折也不再是阳春白雪。据了解,6月份,德基广场COACH、TOD’S分别打出了5折、7折的折扣力度。上周,刚进驻万千百货的化妆品牌伊丽莎白·雅顿,明确抛出76元换购100元的惠幅,相当于直打7.6折,这在化妆品界实属罕见,吸引众多消费者专程前往万千。

如今,消费者越来越理性,省钱的方式越来越多。市民王丽萍说:“我一般都是晚上8点之后去金润发,有好多蔬菜、水果和熟食在这时都以超低的价格处理,很实惠。”看来巧妙算计,确实可以为自己带来不少消费的乐趣。小吴是学生,平时最喜欢光顾新世界百货中的阿迪、耐克品牌折扣店。“品牌服饰七八百的价位让我望而却步,但在折扣店中,就可以买到自己喜欢的品牌。”小吴说。

## 折扣消费提升幸福感

在消费主义时代,打折已经不是节假或换季时的产物,而是变成了一种经常和普遍存在的现象。记者在中央、新百、苏宁银河、苏宁环球、太平洋等多家商场走访中发现,超过半数的夏季服饰都有不同程度的优惠促销活动。全场时尚男女装2折起,4–5楼儿童馆更是超级震撼1折起售。其中常春藤、OSHKOSH、骆驼童装、安奈儿、水孩儿、史努比3折起、其乐魔果、奥克汤姆、海威尔、笑咪咪1折起,全部明折明扣。无独有偶,湖南路苏宁银河也掀起了明折明扣的旋风,全场夏款2折起,ONLY、MODA、OLIVE、ESPRIT、艾格、E.S等名品全场5折,这些很少打折的名品纷纷打出诱人的折扣,吸引了不少女性顾客前来“淘货”,一位在苏宁银河扫罗了一圈的顾客向记者展示了她的“战利品”:199元的体恤衫折扣完是99元,399元的牛仔裤折扣完是200元,与原价相比省下了一半的钱。

一位业内人士表示,对于商家来说,商品打折与直接降价的结果是一样的,但商家们更愿意采用打折的方式,因为打折往往比直接的降价更具隐蔽性,对顾客有较强的心理暗示作用。打折让消费者感觉自己像是在一个充满了“便宜”的世界中,只要你稍稍打开口袋,就能将无穷的便宜带回家。虽然有时会一味地追求高折扣,而忽略自己消费的初衷,买回来的东西也会被束之高阁,但它能够带来别人羡慕的眼光以及长久的快乐记忆。

目前我国经济增长明显依赖投资,在劳动所得偏低、社会保障体系不健全的情况下,有的专家也指出,拉动消费关键还是在于真正提高广大人民群众的经济实力。而要达到这样的目标,除了商家的努力之外,还需要政府在税收和福利方面营造良好的氛围,同时为老百姓提供良好的社会保障,将教育、医疗等费用降下来,消费者才会放心地将钱花在生活、休闲方面。

见习记者 刘德杰

## »新闻链接

### 促消费,顽疾仍待破除

上半年消费市场保持平稳增长,但居民收入增长缓慢、生活压力加大。据央视第一时间报道,随着经济回升向好,就业水平稳定提高,刺激政策继续完善,消费市场有望保持平稳增长态势,但目前我国经济增长明显依赖投资的趋势仍未改变。只有在抑制居民消费意愿、能力的顽疾上实现“破题”,才能让百姓“有钱花、敢花钱”。

上半年,全国社会消费品零售总额实现72669亿元,同比增长18.2%,比上年同期加快3.2个百分点。其中,城镇增长18.6%,乡村增长15.6%。消费的实际增长率虽然比去年有所降低,但也达到了15.3%。显然,在宏观经济回升向好背景下,消费市场保持了平稳增长的态势。

商务部市场运行司负责人表示,上半年消费平稳增长,政策刺激是主动力。上半年,城镇单位就业人数增加500多万,外出农民工就业人数增加632万人,这为百姓增加收入、扩大消费奠定了最坚实的基础。实施“农超对接”、建立标准化菜市场、规范网络购物等一系列举措让居民消费环境更加优化。

对下半年消费市场走势,商务部市场运行司负责人认为,随着经济进一步回升向好,就业水平稳定提高,刺激政策继续完善,消费市场继续保持平稳增长态势值得期待。

世界银行日前也发布报告称,全球范围内尚未出现原材料和食品价格上行压力,中国面临的通胀压力仍将有限,这将增强消费者的信心。

但是,目前我国经济增长明显依赖投资的趋势仍未改变。就最终消费率而言,我们不仅与美、欧等发达国家和地区有相当大差距,与印度、巴西等发展中国家也有一定距离。

进一步扩大消费,亟待提高居民可持续消费能力,在收入、就业、社保等方面下足功夫。

上半年,尽管城镇居民人均可支配收入和农村居民人均现金收入分别实际增长7.5%、9.5%,但其占GDP的比重依然较低。受困于过重的住房、医疗、教育压力,居民储蓄意愿持续趋强。

自今年初,收入分配改革就成为社会各界热议的话题,但直到现在也未见相关改革方案出台的迹象。中国社科院财贸所副所长荆林波认为,劳动所得偏低、社保体系不健全,已成为抑制居民消费意愿、能力的顽疾。

只有在此处真正实现“破题”,才能让百姓“有钱花、敢花钱”,释放出更大的消费潜力。

### 富翁也不幸福

经济危机并不是全世界的危机:在地中海这个亿万富翁的避风港,奢华的生活从未停止。在法国海滨小城埃夫斯德劳斯查尔,有人花费5.7万欧元举办舞会;在摩纳哥,20万欧元一晚的夜总会也不缺乏客户;价值45万欧元的香槟能在一晚上被消耗一空。史蒂芬·格罗索为一位俄罗斯钢铁业巨贾承办家庭年度聚会,这个家庭每年都会在戛纳电影节时来到蓝色海岸。对于家庭的宠儿安娜来说,6岁时,她得到盛大的杂耍集市;7岁时是10个大帐篷——每个都是不同主题的游乐室;8岁她从她的花园里乘坐热气球;9岁,格罗索为她在森林建王子和公主居住的真正的城堡。这些工商业巨子不断地在要求更加奢华的生活,但是咨询师玛丽·莱恩知道财富背后并不一定是幸福:“他们会向我倾诉内心的隐痛。”

见习记者吴林圣 整理