

市场瞭望

# 让群众能消费愿消费敢消费

党的二十届四中全会提出,坚持扩大内需这个战略基点,坚持惠民生和促消费、投资于物和投资于人紧密结合,大力提振消费,促进消费和投资、供给和需求良性互动。这既对“十五五”时期继续提振消费明确了要求,也为“十五五”时期如何大力提振消费指明了方向。

提振消费,能消费是前提。居民拥有稳定收入是消费的基础,要多措并举增加人民群众各类收入来源,尤其是提升中低收入群体的收入水平。当前我国消费动力的阶段性挑战依然存在,一些领域的消费潜力尚未充分释放。2024年,全国居民存款增加17.99万亿元,同比增长6.4%,一定程度上反映了居民的消费心理和消费选择。另外从日常消费结构来看,教育、医疗、养老等刚性支出占家庭支出比重较大,“一老一小”消费问题日益凸显。这要求一方面实施重点领域、重点行业、城乡基层和中小微企业就业支持计划,以吸纳更多群体高质量就业,提高居民的工资性收入。另一方面强化对资本市场的监管

和激活,保障和提升居民财产性收入。针对日益增加的城市灵活就业人员和广大农民群体,要探索针对性的收入保障政策,比如,农民收益保障机制和土地增值收益分配机制,破解“一老一小”难题,让更多群众从经济发展中获得实实在在的收益,撑起能消费的底气。

提振消费,愿消费是基础。当前,尽管受到中美经贸摩擦等方面的不利影响,但我国消费市场仍呈现出潜力大、韧性强的特征。2024年,我国市场规模继续扩大,社会消费品零售总额48.8万亿元,比上年增长3.5%;消费对经济增长贡献率为44.5%,直接拉动经济增长2.2个百分点,继续发挥拉动经济发展的引擎作用。与此同时,消费业态不断创新,居民消费个性化、多样化、品质化的态势逐渐显现,越来越多消费者更加注重消费品质。2024年,在以旧换新政策带动下,智能低耗家电、新能源汽车的换代需求猛增,智能终端与个性化产品持续热销,健康、养老、文化等新领域的需求快速扩容,以首发经济、冰雪经济、银发

经济等为代表的新消费业态获得越来越多人青睐。为此,可一方面强化就业、生育、教育、医疗、养老保障,缓解居民后顾之忧;另一方面不断优化产品和服务供给,推动消费更新升级,通过科技创新拓展多样化消费场景,提升情感和文化体验,优化消费券发放和以旧换新政策,激发居民消费欲望。近年来,服务业与制造业不断深度融合,服务型消费业态不断创新、比重日益提升,旅游、文化、教育、健康等领域的高质量消费将是未来重要发力点。同时,进一步完善城乡消费设施,推动优质产品和服务下沉;各地可结合自身特色,创设更多高质量的复合型、生态型消费项目,打造具有吸引力的消费品牌。

提振消费,敢消费是保障。良好的消费环境是提振消费、扩大消费的前提和保障。近年来,多地打出了营造良好消费环境“组合拳”,维护好、保障好消费者权益,有力提升了当地居民消费能力、拓展了外来游客的消费空间,促进了当地经济社会发展。但与此同时,个别地区一些重点消费领域的产品

和服务供给质量还有待提升,新型消费基础设施建设仍需加强,消费环境有待进一步优化。一方面需着力构建安全、透明、优质的消费环境,加快物流配送中心和终端物流配送渠道信息公开与反馈机制建设,健全消费品和服务消费标准体系,让居民放心消费。另一方面要严格监管执法,完善市场准入负面清单管理模式,以跨部门联合方式提升监管成效,针对群众反映强烈的食品非法添加、假冒伪劣、价格欺诈、虚假宣传等市场顽疾开展专项整治行动,严厉打击不合理低价游、旅游景点宰客等市场乱象,保障消费者能够安全消费、明白消费。

消费的背后是无数个家庭的“菜篮子”“购物车”。提振消费不仅是经济发展的必然要求,更是回应民生诉求、满足人们美好生活需要的现实所需,这要求多措并举激活和释放消费潜力,点燃“中国消费”这台强劲引擎,稳扎稳打、久久为功,为高质量发展注入更多澎湃活力。

(作者系浙江大学城市学院教授)

□ 鲁明川

云南临沧牛油果、迪庆牦牛肉、大理核桃、昭通苹果,陕西吴堡青梨,新疆喀什圆枣……近日,在云南省迪庆藏族自治州香格里拉市举办的“‘香’约雪域高原‘购’筑和美乡村”央企消费帮扶聚力行动展销现场,各类特色农副产品琳琅满目,吸引参观者前来品鉴和采购。“此次展销规模大、特色强,我们带来的岩瓦炒鸡自热米饭、核桃油等产品,受到很多消费者和采购商青睐。”云南迪庆州维西县特色农业开发有限公司董事长宋小坤说。

央企消费帮扶聚力行动是国务院国资委2023年5月启动的消费帮扶品牌活动,旨在汇聚央企所属单位部门、干部员工和产业链上下游合力,通过宣传推广、交流互鉴、采购帮扶,拓宽脱贫地区农产品销售渠道,扩大销售规模,提升市场竞争力,共同推动乡村全面振兴。

在香格里拉市举办的线下展销活动中,36家中央企业、74家行业企业参展,设置了特色产品展销区、直播带货区,展销2000余款农产品。此次活动由南方电网公司、中共迪庆州委、迪庆州人民政府联合主办,南方电网云南电网公司承办,通过线上线下联动,搭建产销对接桥梁。

“消费帮扶是促进脱贫地区特色产业提质增效和持续发展的重要途径,是巩固拓展脱贫攻坚成果、推进乡村全面振兴的重要举措。”国务院国资委秘书长庄树新表示,国务院国资委始终将消费帮扶作为中央企业助力乡村振兴的重要举措,持续加大消费帮扶组织推动力度。“十四五”以来,中央企业累计购买脱贫地区农产品362亿元,帮销243亿元,为脱贫地区农产品销售和产业发展作出了积极贡献。

云南红河州红河县奇草棠农业发展有限公司负责人徐旖蔚介绍,自从得到中国兵器工业集团等央企的消费帮扶,公司销售额增长超20%,直接带动红河县245户1572人稳定增收,户均年增收3500元。中国石化云南迪庆石油分公司市场运营部业务员袁茹秋介绍,近年来,中石化积极通过云品出滇做好消费帮扶,迪庆农产品通过平台销售达300多万元。

近期在香格里拉举办的活动中,线上展销依托央企消费帮扶电商平台、翼支付新消费平台等41个电商平台,上线聚力行动专区,推介帮扶农产品。南方电网公司战略规划部副总经理周剑表示,众多央企、产业链伙伴和社会公众参与,营造了人人参与帮扶、共助乡村振兴的氛围,助力百姓增收致富,增强乡村产业发展活力。

赫兹乐购电商助力平台是南方电网公司最大的消费帮扶平台,坚持“平台搭建+品牌孵化+人才培育”一体化,提供生产、加工、品牌打造等全链条服务,培育了一批具有地域特色和市场竞争力农产品品牌。赫兹乐购V2.0近日正式发布。“我们将着力提升全域数据的联通能力、全程可信的溯源能力、全链协同的智能能力,打造央企数字赋能乡村产业振兴新范式。”南方电网产业发展集团副总经理陆岩介绍,赫兹乐购V2.0将设立乡村振兴品牌精品馆,每年重点孵化100个地标产品,启动数商兴农“千人计划”,开展系统性电商及直播培训,培育扎根乡土的复合型电商人才。

央企消费帮扶电商平台相关负责人郑洋介绍,平台服务客户包括中央企业以及央企下属单位和上下游合作伙伴,平台发挥桥梁纽带作用,牵头搭建央企电商消费帮扶矩阵,线上互相引流、资源共享,线下集中推介、统一展示。目前,19家中央企业在云南定点帮扶41个县,助力特色产业发展和脱贫群众增收。

消费帮扶聚力行动不仅为农产品打开了销路,更为乡村全面振兴注入了新动能,随着行动深入推进,更多农特产品将走出大山,走进千家万户。“消费帮扶是推动乡村实现产业兴旺、生活富裕的重要抓手。”庄树新表示,下一步,希望中央企业压实消费帮扶责任,有序加大对定点帮扶地区、革命老区、边疆地区农产品采购帮销力度,形成“人人皆可为、人人皆愿为、人人皆能为”的消费帮扶格局;各帮扶县着力打造特色农产品品牌,突出品质特色、绿色环保、地域文化等元素,打造一批立得住、叫得响、推得开的知名品牌。

本报记者

管培利

中国县域经济报记者

郑

义

文旅新意

## 以旅为桥

## 解锁发展新空间

本报记者 董庆森

夜幕降临,湖北省宣恩县贡水河两岸的灯光次第点亮,水澜桥的全息光影秀在水波上流转,非遗三棒鼓的节奏与游客的欢笑声交织回荡。这座曾深藏群山、旅游资源并不突出的县城,如今正以惊人的速度实现从“过境地”到“目的地”的跨越。

今年前8个月,宣恩县累计接待游客1382.92万人次,实现旅游综合收入93.99亿元,同比分别增长43.41%、50.30%。旅游热潮不仅点燃了消费市场,更激活了农产品产销,带动了就业增收,为欠发达地区依托特色资源实现经济高质量发展提供了生动样本。

论旅游硬资源,没有知名景观的宣恩,在恩施土家族苗族自治州各县市中并不占优势。但这座拥有5000年人类活动史,承载着土家族、苗族、侗族等多民族文化基因的小城,并未陷入“资源焦虑”,而是另辟蹊径走出了一条文化赋能的全域旅游之路。

“面对‘要素沉睡’‘要素不足’问题,需用超常规且科学合理的思路举措,把要素撬动、激活。”宣恩县文旅事业发展中心主任田勇道出了当地转型的关键。宣恩以整座县城为核心,打造沉浸式、开放式的4A级景区,以原生态保护为前提,让历史文化遗存从“静态展品”变为“动态体验”。

贡水河两岸,墨达楼的土家族吊脚楼风情、钟楼的苗族建筑元素、风雨桥的侗族榫卯结构相映成趣,西兰卡普的纹样、虎钮鎛于的纹饰等文化符号巧妙镶嵌其间,行走其中仿佛穿越千年民族时光。每到夜晚,33艘竹筏组成的264米长“巨龙”在灯光与音乐中蜿蜒游弋,128名游客乘筏观景,成为宣恩旅游的“沸点”项目。

从上海专程而来的杨依伊已是第二次到访宣恩,她用手机边拍摄边向亲友推荐:“这里的美既有山水灵秀,又有文化底蕴,明年一定要带家人再来。”

旅游的火爆,为宣恩富硒农产品打开了销路,推动农业从“单打独斗”向“文旅+农业”的融合发展转型。据宣恩县农业农村局测算,今年1月至8月,按旅游综合收入15%的比例估算,当地农产品相关收入已达13.9亿元,预计全年旅游综合收入将突破100亿元,农产品增收空间持续扩大。

椒园镇黄坪村,2450亩梨园成为当地农旅融合的典范。该村不仅通过甜度十足的黄金梨增收,更通过“春赏梨花,秋采金果”的模式,实现了从单一农业种植到多元业态发展的转型。

“每年春天的梨花节都会吸引大批外地游客,今年黄金梨综合收入突破2000万元,旅游贡献功不可没。”黄坪村村两委负责人李娜介绍,村里依托“阿尼阿兹”(土家语,意

为“我爱你”)打造浪漫IP,开发梨膏、梨酒等深加工产品,让“一颗梨”延伸出完整产业链,附加值大幅提升。

线下一流涌动,线上销路畅通。宣恩还借助直播电商,让富硒农产品跨越山海直达城市餐桌。

今年9月,长潭河侗族乡的风雨桥上,富硒马尔科土豆、高山羊肚菌、烟熏腊肉等农产品摆满桌面,8位村党支部书记化身推销员轮番推介,吸引超4.3万人次观看,6小时内卖出8000多单产品、销售额达19.8万元。宣恩县农业农村局局长唐秀明表示,“农业+旅游”“农业+互联网”的深度融合,正在重塑当地农产品的价值链条。

旅游经济的蓬勃发展,不仅激活了产业活力,更成为推动城乡融合、实现共同富裕的重要引擎。

宣恩县城仙山贡水旅游区,创新设立的“一元摊”让小摊贩告别了“东躲西藏”的经营状态,800余人实现稳定就业,间接带动行业增收超1000万元。城管部门还专门设置“时令水果摊”,帮助果农直销产品。

每到夜幕降临,县城百余家烤鱼店座无虚席,20多种创新口味的烤活鱼成为游客必尝的特色美食。

数据显示,去年宣恩烤鱼销量超过110万条,销售额突破3亿元,综合产值超15亿元,直接提供就业岗位4000余个,间接带动养殖、农副产品销售等行业就业超万人,“宣恩烤鱼师”更成为响当当的劳务品牌。

从几家烤鱼店到百家门店集群,从肩挑背扛的农产品贩卖到线上线下热销,宣恩生动诠释了“旅游+”的多元价值。当地并非依赖稀缺自然奇观,而是通过深挖民族文化内涵,推动产业深度融合,聚焦民生需求保障,让独有的文化特色从“静止的标本”变为“流动的活水”,让绿水青山真正转化为金山银山。



游客在丹东宽甸满族自治县天桥沟欣赏枫叶。

本报记者 温济聪摄

## 释放特色消费力

本报记者 温济聪

从辽宁省丹东市开启G331国道自驾,观赏天桥沟枫叶;来大连庄河市冰峪沟,享受“辽南小桂林”之美;在沈阳、锦州、阜新等地体验浓浓文化味和满满烟火气……秋季,辽宁特色文旅消费正旺。

近日,由辽宁省委宣传部主办的“最美331起点在丹东——边境外宣媒体采访活动”在丹东举行。国道G331丹阿线起点位于丹东火车站,终点位于新疆阿勒泰,全长9333公里。在丹东,路线沿途不仅有虎山长城、河口、鸭绿江,还有天桥沟、青山沟等知名景区,是一条风景独特、可供游客休闲放松、领略历史文化和鸭绿江畔两岸自然风光的边境公路。

天桥沟位于丹东宽甸满族自治县,以秋季枫叶、冬季滑雪、夏季乘凉闻名。负责管理景区的参仙源实业股份有限公司总经理刘湘林告诉记者,景区内枫叶谷、晓月峰等特色景点,秋季枫叶观赏期可从9月下旬持续到10月中下旬。

沈阳游客胡婷自驾来天桥沟、青山沟旅游。“天桥沟的枫叶很美,空气很清新,民宿很干净;青山沟的游船体验很棒,瀑布很壮观。”胡婷说,她明年还想来。抚顺游客纪旭一家7口人开两辆车在G331国道自驾,纪旭告诉记者:“我们准备从丹东一路开到长白山。沿途风光很美,真是不虚此行。”

冰峪沟风景区位于大连庄河市仙人洞镇,这里林木参天,山清水秀,素有“辽南小桂林”之美称。营口游客石建楠和家人来这里游玩。“早就听说这里山清水秀,我们

慕名而来。乘着游船,看着树林和飞翔的白鹭,呼吸着清新空气,心情非常舒畅。我是第一次来这里,打算明年再来。”石建楠说。

“为提升游客秋季观光体验,我们一方面完善基础设施,另一方面加强区域合作与联动。”大连冰峪省级旅游度假区有限公司副总经理年洋说,该景区提供很多室内外休息室,确保游客在凉爽天气中仍感觉舒适;加强环境卫生管理,保持景区整洁,尤其在落叶较多区域,及时清理并设置环保提示;与周边及各地旅行社等合作,打包推出秋季旅游路线产品,实现资源互补和客源共享。

沈阳、锦州、阜新等地以丰富多彩的文旅活动,点燃广大市民和外来游客热情。沈阳市铁西区商务局副局长王琦介绍,该区通过“畅游铁西”“观赛有礼”“一张票根游全区”以及“潮购铁西”“满减福利享不停”等活动促进秋季文旅消费。锦州市文旅广电局局长王丹丹表示,锦州正在打造特色消费场景,以2025锦州馬拉松、辽篮来锦等赛事丰富“文旅+”业态。阜新市文旅广电局局长杨简旭介绍,阜新抢抓金秋文旅市场契机,持续创新文旅产品,星空露营、原生态露营新业态持续拓展,生态研学、红色研学课程热度攀升。



夜幕降临,灯光照耀下的贡水河上正在进行舞台表演。

陈绪开摄(中经视觉)

本版编辑 孙庆坤 美编 高妍