

每周经济观察

“跟着品牌去旅行”打开新窗口

当品牌与旅行“相遇”，会产生什么样的奇妙反应？

近日，全国首批30个“跟着品牌去旅行”体验地推荐名单一经发布，即引发全网热搜。从“一五”时期的中国一汽、中车长客等大国重器，到伊利、海尔、安踏等日常消费品，从黑龙江五常大米、新疆伊帕尔汗香料等原产地好物，到大陆无人机、比亚迪汽车等先进制造业品牌，这份由国家发展改革委与文化和旅游部联合推荐、覆盖22个省区市的旅游指南，横跨了制造业、生产性服务业、农业和文化产业四大类别，被视为中国品牌建设从传统“宣介模式”转向深度“体验模式”的关键一步。

“跟着品牌去旅行”之所以受追捧，一个重要原因是它为消费者深入认识中国品牌打开了新窗口：将复杂的制造工艺、抽象的品牌理念，转化为可触摸、可感知、可沉浸的文旅体验，形成了更具深度的价值认同与情感共鸣。现代化产业体系下的品牌故事，有了更为生动的讲述载体与传播路径，也进一步擦亮了“中国制造”“中国服务”的金字招牌。

对于企业来说，“跟着品牌去旅行”是对品牌传播方式的一次创新。信息时代，当注意力成为一种稀缺资源，通过走进农田、车

“跟着品牌去旅行”之所以受追捧，一个重要原因是它为消费者深入认识中国品牌打开了新窗口。现代化产业体系下的品牌故事，有了更为生动的讲述载体与传播路径，也进一步擦亮了“中国制造”“中国服务”的金字招牌。

间和实验室，让消费者在品牌诞生地见证大国重器的诞生、感受非遗技艺的匠心、体验现代农业的智慧。这种沉浸式的体验将技术实力、文化底蕴与情感共鸣深度融合，给品牌故事注入了更多时代元素与温度。不仅如此，产业的跨界融合还有效盘活了存量资产，培育了文旅消费的新增长点，实现了品牌价值和产业价值的双提升。

对于消费者来说，“跟着品牌去旅行”响应了文旅消费持续升级的需求，有助于推动居民消费从“有没有”转向“好不好”。经过多年发展，我国旅游产业步入了品质化、个性化、体验化新阶段。“跟着品牌去旅行”精准对接了这一发展趋势，将旅游产业从传统的“看山看水”升级为更加贴近消费需求的“精神享受”，把“听说”转化成更有体验感的“遇见”，这不仅是满足美好生活需要的具体实践，更是通过需求侧升级牵引供给侧改革的有益探索。

能否接住这波流量，对于首批30家品牌体验地来说是个新课题。事实上，“跟着品牌去旅行”带来的溢价不仅仅是活动本身，它更指向了一条“中国服务”品牌培育发展的新路径，即未来品牌建设和服务业升级必须紧扣“融合”“体验”与“价值”三大关键词。

融合，就是以更深层次的产业融合构建品牌生态。“跟着品牌去旅行”模式的核心在于品牌与文旅的叠加效应，要进一步推动现代服务业与先进制造业、现代农业等领域的深度融合，把生产性服务业更紧密地嵌入产业链条，用更加丰富多元的消费元素助力服务业扩能提质。

体验，就是要在需求牵引下重塑品牌与用户之间的关系。品牌建设要依靠流量但不能依赖流量，要通过体验把品牌与用户连接在一起，实现从建立“认知”到赢得“认可”的跃迁。这意味着企业需要在提供更加独

特、更具价值的体验上下更大功夫。

价值，就是要让标准与创新成为“中国服务”品牌发展的双轮驱动。长期以来，标准缺乏在服务业中普遍存在，未来要打造“中国服务”品牌，首先要建立健全服务业国家标准，以规范化筑牢服务业底线，同时要充分利用好创新赋能，在流程优化与体验提升中创造更大服务价值。

首批30个“跟着品牌去旅行”体验地的发布，无论是对品牌培育还是服务扩能提质来说，都是一次颇有意义的尝试，它呼应了服务业“需求牵引、改革攻坚、科技赋能、开放合作”的16字发展原则，为改写中国“制造品牌强、服务品牌弱”提供了更多可能。



张林山

青年发展型城市该怎么建

司徒正襟

不久前，共青团中央、中央网信办等15部门联合印发《关于深化青年发展型城市建设 助力建设现代化人民城市的意见》（以下简称《意见》）。《意见》围绕推动青年发展型城市建设等内容提出18项举措，为青年发展型城市建设明确了路径。

城市是青年追求美好生活、实现社会价值的重要空间，青年是增强社会活力、积蓄发展后劲的重要力量。2025年末，我国常住人口城镇化率达67.89%，城市发展正从“增量扩张”转向“内涵提升”。《意见》将“适青惠青”理念融入城市规划、建设、治理全过程。在空间上，强化城市规划适青导向，将青年发展纳入城市国土空间规划。在服务上，结合15分钟生活圈建设，鼓励“青春小店”等发展。从宏观布局到微观关怀，均聚焦让青年“留得住”“住得安”，也推动城市职能从管理型向服务型深度转变。

就业是民生之本，是青年成长成才、实现人生价值的重要途径。如今，多个城市以实干兴业的举措，为青年打造“创新场”。在杭州，数字经济蓬勃发展，催生了电商主播、大数据分析师等一系列新职业；在深圳，“圆梦计划”“雏鹰展翅计划”等，吸引年轻人定居打拼。城市产业升级

与青年就业需求越匹配，青年“能成业”的希望就越大。

当前，婚育成本高、托育资源不足等难题，让不少青年“不敢婚、不愿育”。对此，《意见》精准施策、对症下药，“探索住房、出行、消费等多领域联动的生育支持政策”“加强课后延时服务和假期托管班资源供给”……一系列政策既关心青年的人生大事，也体恤他们的生活琐事，助力广大青年轻装上阵、逐梦前行。

再看各地的实践，暖流涌动。四川成都创新打造“公租房+青年驿站”模式，湖北宜昌把青年夜校课程送进青年人才公寓，上海推进生育友好医院建设……听见青年的心声，看见青年的需求，用心用情提供精准服务，便能为他们打开一片发展的新天地。

目前，我国已有45个城市、99个县城开展青年发展型城市建设试点，在青年宜学、宜居、宜业等方面形成一批可复制、可推广的实践经验。未来，要进一步丰富青年发展型城市的理念内涵，推动城市与青年从“双向奔赴”走向“彼此成就”。当青春之花竞相绽放，城市也将积蓄起奔涌不息的强劲动能。

（中国经济网供稿）



王 鹏作（新华社发）

抓住太空生意的风摆渡车不是景区钱袋子

商业航天处于投入期，商业化潜力仍有待验证。下一步，应抓住“太空生意”的风口，重点从扩规模、提质效、拓应用等方面发力，让卫星互联网实现万物互通。

加速星座规模化组网。持续优化发射组织调度，加快商业发射场高频次发射能力建设，推动火箭发射“航班化”，确保按国际电信联盟里程碑要求完成组网目标，占据更多轨道资源。提升在轨卫星实时管控能力，加快地面测控站布局优化，构建天地一体测控体系。构建覆盖全球近地轨道的监测预警网络，积极参与国际太空安全规则制定，筑牢太空安全防护屏障。

加强技术创新和标准引领。加大推动批量组网卫星柔性制造、火箭可重复使用等技术突破，实现降本增效。推动星载芯片、星间激光通信等技术和产品研发，开展太空算力技术前瞻性研究，提升空天技术能力。加快卫星互联网术语、星座在轨运行评估、系统关键产品等标准研制，不断健全卫星互联网标准体系。

加快多元应用场景落地。深耕海洋渔业、应急通信、能源水利等行业级应用示范推广，以实际场景应用加速技术迭代与成本优化。推动手机直连卫星终端成本与资费门槛降低，完善服务标准与用户体验，推动消费级应用快速普及。加快星座与6G网络协同部署，支撑低空经济、车联网、智能网联汽车等新兴场景规模化发展。推动卫星互联网在共建“一带一路”国家落地运营，拓展全球市场。

离景点仍有数公里远，就得下车进入景区大门，坐摆渡车几公里路收费几十元……景区摆渡车收费，是今年“五一”假期游客吐槽的重灾区。假期之前，主管部门点名通报多家景区摆渡车存在线路不科学、价格不合理等问题。但面对蜂拥而来的游客，摆渡车顽疾依然没有解决。游客并不是一味反对摆渡车收费，而是反感变相强制、不合理收费的景区套路。事实上，随着人们越来越重视对景区游玩的体验感，单纯依靠门票、摆渡车增收的老路子逐渐行不通，景区只有主动转变运营思路，用丰富的供给与优质的服务打动游客，才能获得更持久的收益。摆渡车不是景区的“钱袋子”，只有当景区真正认识到这一点，问题才能得到彻底解决。

（时 锋）

优化供给扩大数字服务消费

彭展明

商务部近日发布的数据显示，2025年我国居民数字消费规模达25.3万亿元，同比增长8.7%，其中数字服务消费增长12.5%，成为拉动数字消费增长的主引擎。数字服务消费作为数字经济与实体经济深度融合的重要部分，是提振消费、扩大内需的有力抓手，也是推动产业升级、培育新质生产力的关键动力。

当前，我国数字服务消费呈现规模快速扩张、场景持续丰富、融合程度加深、生态不断完善的特征。从消费结构看，数字服务消费增速显著高于整体数字消费，沉浸式文旅、智能诊疗、在线教育等新业态新模式蓬勃发展，不断满足居民个性化、多元化、高品质服务需求。从产业赋能看，数字技术深度渗透文旅、医疗、教育、城市服务等领域，推动传统服务业数字化转型，催生“数字+服务”融合新范式，提升服务供给效率与质量，带动产业链协同发展。从市场表现看，电商平台带动下数字消费增长13.8%，线上线下融合消费成为主流，中小微企业借助数字服务平台拓宽渠道，激发经营主体活力。

一些挑战同样值得关注。一是高端供给不足，人工智能、工业软件等核心技术对外依存度较高；二

是区域发展失衡，城乡、区域数字基础设施存在差距，农村及欠发达地区消费潜力未充分释放；三是监管体系有待完善，数据安全、个人信息保护、平台垄断等问题凸显。因此，需从优化供给、拓展场景、完善支撑、规范环境等方面精准发力，不断提升数字服务消费便利度、满意度。

强化创新驱动，优化高质量供给体系。加大数字技术研发投入，支持企业、高校、科研院所组建创新联合体，突破人工智能、区块链、云计算等关键技术，提升数字服务自主创新能力。聚焦居民消费升级需求，丰富数字服务供给品类，加大发展沉浸式文旅、智能诊疗、数字教育、智慧养老等高品质服务，培育“AI+服务”新赛道。推动传统服务业数字化转型，鼓励商场、餐饮、文旅等企业打造线上线下融合服务模式，提升服务智能化、便捷化水平。

深化场景融合，释放多元消费潜力。以场景牵引创新，加快拓展数字服务场景，完善农村地区网络基础设施，推动在线医疗、远程教育、电商直播等服务向农村延伸，激活农村消费市场。打造城市特色消费场景，建设智慧商圈、智慧街区、智慧社区，发展“一刻钟便民生活圈”智慧服务平台，促进文旅、商

充分发挥AI技术的普惠性优势，加快构建适配新就业形态的制度供给体系，才能补上新就业群体的劳动权益保障短板。

中共中央办公厅、国务院办公厅不久前印发《关于加强新就业形态劳动者权益保障的意见》，其中针对平台算法治理的相关部署，备受社会各界关注。这一政策信号背后，是人工智能技术浪潮正以前所未有的深度与广度重塑我国就业市场，为数字时代的劳动治理体系提出了全新的时代命题。

当前，人工智能的快速迭代，正推动我国新就业形态进入全新发展阶段。过去10多年，平台经济催生了外卖骑手、网约车司机等海量灵活就业就业岗位，成为我国就业市场的重要“蓄水池”。如今，生成式AI的爆发式发展，更催生了AI训练师、数据标注师、AIGC内容创作者、智能设备运维师等一大批全新职业，仅AI相关的灵活就业岗位规模已达千万量级。这些岗位为高校毕业生、农村转移劳动力等重点群体拓宽了就业渠道，更成为培育新质生产力、推动数字经济提质增效的重要人力支撑。更具根本性的变革在于，AI算法已从传统的订单分配、绩效考核工具，升级为贯穿生产、分配、管理全链条的核心中枢，成为千万劳动者日常劳动的“数字管理者”。这拓宽了就业边界，降低了就业门槛，为社会劳动力资源优化配置提供了全新可能，更从根本上改变了劳动的组织方式、价值分配模式与职业发展路径，成为我国就业市场中最具活力与潜力的发展变量。

不可回避的是，技术迭代的加速度已超越现有劳动治理体系的适配节奏。AI时代的新就业形态，正面临着全新的治理难题。传统劳动治理体系的制度供给与算法驱动的新型劳动模式之间，出现明显的适配缺口。部分平台依托算法主导权，构建起单向度的劳动管控体系，通过持续收紧考核阈值、压缩服务容错空间，实现效率最大化，甚至出现“系统判定即追责”的刚性惩戒机制。劳动者申诉渠道不畅、议价能力较弱，进一步加大了劳动权益保障难度。智能算法“黑箱”、单一效率优先的导向，也衍生出劳动定额不合理、劳动者协商话语权不足、权益保障适配性不强等一系列新问题，影响了新就业群体的获得感、幸福感、安全感，也制约着数字经济的长期健康可持续发展。

推动算法向善，核心是将劳动者权益保障嵌入AI算法设计运行的全流程。平台企业要切实扛起主体责任，彻底扭转“唯效率、唯流量”的单一算法优化导向，将劳动强度管控、合理报酬保障、休息休假权益、职业安全防护等作为算法设计的刚性约束，而非效率优化的牺牲品。主动打破算法“黑箱”，推动订单分配、考核奖惩、报酬计价等核心算法规则公开透明，建立健全劳动者、工会组织深度参与的算法协商机制，在核心规则调整中充分听取新就业群体的意见建议，全面保障劳动者的知情权、参与权、选择权与监督权，让算法从劳动过程的“隐形管控者”转变为劳动者权益的“主动守护者”。

破解AI时代劳动权益保障痛点，关键是加快构建适配新就业形态的制度供给体系。打破传统基于固定劳动关系的制度框架束缚，针对AI时代就业灵活化、多元化、跨区域化的核心特征，加快完善灵活就业人员社会保障制度，稳步推进新就业形态职业伤害保障全覆盖，优化社保全国统筹、跨区域转移接续等配套机制，消除新就业群体的参保壁垒。紧跟AI技术迭代带来的职业变革，加快完善AI训练师、数据标注师、AIGC内容创作者等新兴职业的国家职业标准、技能等级认定体系，将更多新就业群体纳入规范化的职业发展保障框架，系统性完善劳动权益保障。

释放新就业形态的长久活力，根本是用技术赋能劳动者人力资本持续升级。人工智能从来不是对立劳动者的工具，而应成为提升劳动者技能、拓宽职业发展空间的重要支撑。充分发挥AI技术的普惠性优势，构建覆盖新就业群体全职业周期的数字技能培训体系，用技术优化培训模式、精准匹配供需、降低学习门槛，才能补上新就业群体的劳动权益保障短板，进一步提升劳动者的数字素养与职业竞争力。

（作者系国家发展改革委经济体制与管理研究所研究员）

我国成功发射卫星互联网技术试验卫星；上海松江布局卫星互联网产业，形成涵盖卫星制造、运营、通信载荷等全产业链的生态体系……一段时间以来，火箭发射、手机直连卫星等关键技术持续突破。在政策和科技共同驱动下，我国卫星互联网产业发展取得积极成效。

其一，星座建设全面提速。2025年底，我国向国际电信联盟集中提交20.3万颗卫星的频率与轨道资源申请，卫星互联网空间基础设施建设正全面铺开。国网星座实现“一周两发”，千帆星座验证了“一箭18星”堆叠式发射能力。

其二，产业体系日趋完整。我国已初步构建起涵盖卫星制造、火箭发射、地面设备、运营服务的完整产业链。卫星制造环节正从定制化向批量化转型，火箭发射企业密集开展可重复使用火箭技术攻关与试飞，卫星运营及服务增长潜力巨大。

其三，应用场景持续拓展。航空互联网、海洋互联网、应急通信等行业应用场景正加速落地，“手机直连卫星”技术的突破正推动卫星通信从专业工具走向大众需求，卫星互联网与低空经济、车联网、太空算力等领域深度融合，有望催生全新商业模式和市场空间。

差距和挑战同样不容回避。与规划目标和SpaceX公司相比，我国星座规模仍然较小，高频资源争夺日益激烈；关键技术仍有不足，产业标准体系尚不完