

商文旅体融合激发新动能

本报评论员 刘太福

推进商文旅体融合,丰富消费新业态,是高质量发展的新趋势,是当下之策,也是长远之需。市委、市政府高度重视提振消费工作,年初召开全市提振消费工作大会,出台提振消费实施方案,加快商文旅体融合,培育消费新增长点,全力推动消费扩量提质,取得了明显成效。近日,市政府新闻办组织召开新闻发布会,介绍了有关情况。消费兴则经济兴,消费活则经济活。近年来,消费的作用和地位更加凸显,已成为拉动经济增长的主要动力。数据显示,1-5月份,全市限额以上零售额同比增长12.2%,新能源汽车、家电、智能手机零售额分别增长34.6%、23.6%、39.3%。亮眼数据的背后,是我市大力提振消费的必然结果。今年以来,我市深入贯彻落实消费品以旧换新补贴政策,精心实施汽车、家电、3C数码产品等六大换新活动,推进汽车家电展

销等进乡镇、进景区、进商圈,巩固大宗消费基本盘。市委、市政府专门安排3000万元,通过济宁银行“慧济生活”平台,在全省率先发放零售餐饮和汽车购新惠民消费券,直接带动销售额20倍以上,政策效应持续显现。同时,通过举办系列促消费活动,带动重点企业让利促销,持续营造出浓厚的消费氛围,不断激发消费新活力。服务消费,一头连着经济,一头连着民生。促进生活服务消费提档升级,才能以供给的持续迭代更好地激发消费者的有效需求。今年以来,我市一批重大文旅项目建成运营,研学游、夜游、乡村游等新业态蓬勃发展,“AI+”等数字文旅新场景加速迭代。据了解,泗水入选全国文化产业赋能乡村振兴试点;曲阜、邹城获评省文旅康养强县;研学旅游产业集群入选全省首批现代优势产业集群。不断放大“旅游+”联动

效应,积极开展奥运项目进商圈、冰雪项目促销、体育周末集市、“运动+旅游”等活动,2025济宁马拉松吸引国内外近2万名马拉松爱好者参加。在体育赛事举办期间,发放消费券、济宁名优产品展销、酒店餐饮打折让利,以及景区门票优惠、非遗项目展演展销等措施,变赛事“流量”为文旅“留量”,形成消费“增量”。服务消费层次提升,持续激活新需求、挖掘新潜能,提升了人民生活品质,为高质量发展注入内生动力。新型消费代表着消费升级的方向,可以更好地满足人们多元化、个性化、品质化需求,激发有潜能的消费。把握趋势,创新思维,把老百姓喜欢的消费热点培育得更好,才能进一步释放消费动能,增强经济活力。为持续释放新型消费潜力,我市大力实施电子商务发展三年行动,加快建设“1+10”电商产业集聚区,着力培育一批电商产

业带、直播基地和供应链基地。举办直播电商节、网上年货节、双品网购节等活动,提升“济宁好物”网销热度。大力培育首发经济,大型商业综合体集聚引进区域首店、济宁首店,一体带动出行、餐饮、住宿、购物消费。另一方面,积极发展健康消费,推进中医药融入健康生活,举办中医夜市系列活动,在全省首创推出“运河药膳”系列节目,建立“鲁+味”品牌库首批齐鲁康养打卡地、制定全省齐鲁康养打卡精品路线,培育中医药特色医养结合机构。新场景、新业态、新模式有力带动了消费提振,新型消费亮点纷呈。消费,一头连着千行百业,一头连着千家万户。推进商文旅体融合,推动消费持续升温、扩容提质,让消费这驾“马车”跑起来,济宁收获的将是更加澎湃的发展动能和高质量发展的强大底气。

他山之石

以环境之“优”促发展之“进”
6月30日《人民日报》何娟

背景:前不久,北京市场监管局发布《市场监管部门对企业服务事项清单》,将企业成长轨迹划分为4个阶段,对应提供营业执照办理、经营资质变更、公平竞争和商业秘密保护等25类64项服务。分阶段、分类别为企业提供全生命周期的精准服务,有助于提升政策透明度与稳定性。帮助企业更快办成事、办好事,提升的是效率,提振的是信心。观点摘要:以政务服务质量之“优”,促市场之“活”、发展之“进”,是稳就业、稳企业、稳市场、稳预期的重要内容,是各地抓经济、搞建设的重要抓手。从“企业找服务”到“服务送上门”,职能部门主动靠前发力,折射治理效能之变。打造高质量的政务服务,既需要坚持问题导向,也需要用好系统思维,全方位筑牢企业权益保护屏障。从“问需于企”到“问政于企”,强化精准思维去服务,企业更有获得感。打造良好营商环境,见工作思路,也见干部作风。更加注重企业感受,以绣花功夫把服务工作做扎实、做到位,才能减少经营主体体感与政策之间的温差。优化政务服务的过程,也是深化改革的过程。提到营商环境,“有求必应、无事不扰”受到赞赏。“有求必应”就需有所作为,有为的界限在哪里?“无事不扰”并非撒手不管,“放手”的底线在哪里?创新方式方法,该管的坚决管住,不该管的交给市场,有利于创造更加公平、更有活力的市场环境。

遵循创新规律培育耐心资本

6月29日《经济日报》金观平

背景:2025陆家嘴论坛近日召开,“科技创新”“产业创新”“金融服务”“资金支持”等被反复提及,成为论坛高频词。观点摘要:创新之路,道阻且长,有其自身规律。在这个过程中,资金支持犹如源头活水,为创新种子的萌芽、突破与转化注入不可或缺的能量。当好“创新陪跑人”。创新成果的取得并非一蹴而就,背后是日积月累的水到渠成,是资金长期稳定的耐心陪伴。与科技创新“十年磨一剑”的坚守相比,当前金融供给仍存在短期化问题,长期资本、耐心资本远远不够。让资本更有耐心,需创新多样化的科技金融服务模式,畅通社保基金、养老金、企业年金等“长钱”入市通道。同时,“看得见的手”也要发挥效力,积极探索政府领投、社会跟投的可行路径,带动有实力、有意愿的社会资本参与创新长跑,扶早、扶小、扶优。当好“风险分担者”。从技术萌芽到产业落地,从书架走向货架,创新的每一步都充满风险与不确定性。学会与风险共生,培育更多大胆资本至关重要。这就要营造鼓励创新、宽容失败的良好氛围,解决资金“不敢投”“怕担责”的问题。一方面,建立以尽职合规责任豁免为核心的容错机制,优化考核评价体系,不简单以单个项目或单一年度盈亏作为考核依据;另一方面,完善多元化退出机制,打通“募投管退”全链条,让资金进得来、退得出、投得好。当好“能量补给站”。无论是“从0到1”的原始突破,还是“从1到N”的产业转化,都离不开资金的护航,要不断完善多层次、全周期的资金支持体系。在充满不确定性的早期探索阶段,风险投资、天使投资等勇于“第一个吃螃蟹”,为初创科技企业雪中送炭;在技术成熟阶段,产业资本、政府引导基金等接力注入,打通成果转化的“最后一公里”;在规模化生产和市场拓展阶段,银行信贷、资本市场等提供充沛动力,推动创新成果惠及经济社会方方面面。

提升体育消费的可及性

6月26日《光明日报》李玉滑

背景:据报道,日前,重庆市九龙坡区九龙印广场热闹非凡,“欢乐+”焕新体育消费季精彩开启。当地将体育赛事办进商圈,赛事经济燃了起来,文体旅融合起来,市民消费热了起来。观点摘要:体育逐步融入普通人的日常生活,成为我们生活中不可或缺的一部分。因此,着力提升体育消费的可及性,让老百姓更便捷地享受到体育带来的种种益处,显得尤为重要。可及性的提升离不开健身运动消费场景的不断丰富。通过持续优化和丰富健身场景,推动群众将健身发展为日常习惯。提升可及性,离不开覆盖全民、融入日常等相关元素。用创新的服务模式、丰富的服务产品促进消费,让人民群众在强身健体中提升生活品质,在互动交流中增强幸福感。能亲身参与丰富的体育赛事,就是可及性的鲜活体现。随着经济社会发展,大众更关注健康,也更愿意参与体育赛事活动。社交性、互动性强的赛事,可以引领全民健身热潮。“赛事+经济效应”也吸引了各地争先恐后举办马拉松赛事。体育产业是“幸福产业”,不仅能提升人民群众的幸福感,还能直接拉动相关商品和服务需求,在提振消费方面拥有得天独厚的优势。跟着赛事去旅行,体育也日渐成为各地文旅的“金名片”,在稳定经济增长、激发消费潜力、提升城市形象等方面发挥着越来越重要的作用。一些大型赛事的举办给城市留下了丰厚的物质和文化遗产。围绕这些遗产,各城市也打造了独特的城市名片。

“沿街商铺码”为市场监管打开新思路

6月26日《工人日报》戴先任

背景:商铺门口贴一张二维码,市民扫码能实时看到餐馆后厨作业情况,获取餐饮商户食品安全公示信息,也可以直接投诉门店;商户扫码可以获取开店指引、店招指引并线上提交材料,还可以申报外摆;城管执法人员扫码则可以获取店招档案、检查档案和外摆情况,快速掌握门店变更情况——这样的“沿街商铺码”正在上海奉贤区逐步推广。观点摘要:与以往的一些“监管二维码”有所不同,“沿街商铺码”集纳了更多功能,通过“一码多能”实现数据归集、信息共享、服务集成等多场景嵌入式服务。就此而言,“沿街商铺码”不仅是“监管码”,也是“服务码”,还是群众的“监督码”。某种程度,“沿街商铺码”打通了监管部门与监管对象、消费者与商家之间的信息壁垒,有利于构建政府、商家与消费者三方参与的治理共同体。只要掏出手机扫一扫,执法人员例行检查更加方便快捷,商家提交材料可以省去奔波之苦,消费者购物、用餐也能更放心,“沿街商铺码”在提升监管效率、优化营商环境、增强消费信心等方面发挥着不小的作用,值得各地借鉴与推广。(华峰 辑录)



声音广场

到“田野”里寻找好办法

阮美铃

调查研究是获得真知灼见的源头活水,是做好工作的基本功。中央八项规定的第一条,就强调“中央政治局全体同志要改进调查研究,到基层调研要深入了解真实情况”。这既体现了鲜明的作风要求,也彰显了科学的工作方法。工作中难免会碰到棘手难题而摸不着头脑,很多时候,只要肯扑下身子深入实际调查研究,到“田野”里想问题、理思路、找办法,很多问题就能迎刃而解。

调查研究是我们党的传家宝,是做好各项工作的基本功。习近平总书记指出:“现在通信很发达,通过打打电话、发发微信、看看材料也能了解很多情况,但毕竟隔了一层,没有现场看、当面听、直接问和‘七嘴八舌式’的讨论来得真实鲜活。过去常用的‘蹲点调研’、‘解剖麻雀’的调研方式依然是管用的。”既要“身入”基层,更要“心到”基层,听真话、察真情,真研究问题、研究真问题”。今天,伴随信息技术频繁快速更新迭代,调查研究的方法和形式也在发生明显变化。有人觉得,现在足不出户已经能够尽晓天下事,“键对键”完全可以取代“面对面”,再像以前那样走街头巷尾、蹲田间地头、访千家万户,一来太过辛苦,二来效率不够高,不如坐在办公室中点着手屏屏幕调研来得舒服和高效。诚然,善用信息技术走好网上群众路线,借助海量信息了解情况,已成为今天调查研究的重要方式之一,但这并不代表“键对键”可以完全取代“面对面”。很多时候,解决问题的真招实招,是网上只言片语无法说清道明的,也是在办公室中难以听到、不易看到、想象不到的。必须鞋尖常挂泥土和露珠去“抓活鱼”,从人民群众的动情倾诉中了解实情,从经过实践检验的“土办法”中找寻破解发展难题的真智慧。

到“田野”里找办法,到基层搞调研,并不是不带问题、没有目标,一股脑到处乱跑,更不能搞出发一车子、开会一屋子、发言念稿子那种扎堆调研、作秀式调研,而要带着问题去调研、奔着解决问题搞调研,以是否真解决问题、解决真问题检验调研成效。改革越向纵深推进,遇到的问题和困难越复杂,越艰巨。越是在这样的环境和条件下搞调研,越要敢于钻矛盾窝子、接烫手山芋,敢于听抱怨的话、批评的声音。实际上,在基层调研听到和看到的问题越多,掌握的真实鲜活情况就越全面,对矛盾问题的剖析就越深刻,解决问题的“工具箱”就越充足,开展工作时就能做到有条不紊、胸有成竹、药到病除。相反,如果调研时只走规划路线、只看示范样板、只听“标准答案”,就难以看到问题所在,难以找准症结在症结。这样搞调研,连问题是什么、在哪里都摸不清,更别提解决问题了。

新征程上,改革发展稳定任务艰巨繁重,必然会遇到许多绕不开、躲不过的卡点瓶颈。无论面对何种困难,都要牢记深入基层就会有办法,扎根一线就会有思路,到群众中去就会有智慧。人民群众处于生产生活实践一线,对事物的观察直接、对工作的把握实在,往往能够为解决实际问题提供符合实际、富有实效的好经验好办法。比如,精准识别贫困户的“四看法”就是贵州省威宁彝族回族苗族自治县迤那镇在实践中摸索出来的,“一看房、二看粮、三看劳动力强弱、四看家中有没有读书郎”的办法贴近实际、形象直观、便于操作。带着问题,着眼于解决问题开展高质量的调查研究,既是一种开展工作的能力,更是一种面对基层、面向群众的态度。到“田野”里寻找好办法,说到底要真心实意拜人民为师,向人民学习,放下架子、扑下身子,接地气、通民情,通过同人民群众坐一条板凳上交流交心,在掌握大量带有“泥土味”一手材料的基础上,运用科学方法抽丝剥茧、解剖麻雀,找到问题本质、矛盾焦点、破局关键,把政治智慧的增长、工作本领的提升深深植根于人民群众的创造性实践之中,让老百姓的“金点子”转化为解决发展难题的“金钥匙”,为经济社会高质量发展注入源源不断的活力和动力。(6月27日《人民日报》)



华峰速画

从捏捏乐到流麻、徽章、盲盒手办等,近年来网红玩具如雨后的春笋般涌现,以其新奇有趣的特点迅速吸引了大量消费者。然而,这些网红玩具看似能给人带来快乐和解压,实则暗藏危机。相关测评显示,许多网红玩具甲醛释放量、TVOC超标严重,PVC材质袋子还存在邻苯增塑剂超标的情况。长期接触这些有害物质,会对人体的血液系统和淋巴系统产生负面影响,增加患癌等严重疾病的风险。治理网红毒玩具,要先完善监管标准。相关部门应当加快对新型玩具标准的制定、修订和升级,将甲醛、挥发性有机物等有害物质纳入强制性检测范围;建立动态更新机制,及时将市场上出现的新材料、新工艺纳入监管视野;加强与国际标准的对接,借鉴先进的管理经验,进一步提升玩具安全水平。

■华峰 漫画/文

锐评

期待工厂游成为新风尚

王丹

暑期将至,带孩子去哪儿玩?不如进厂看看。近来,打卡科创公司和现代工厂正成为一种新风潮。在汽车制造智能流水线,见证机械的完美协作;踏入食品加工厂,揭秘舌尖美味的诞生……社交平台上工厂游的攻略被大量转发,一些热门厂区的参观票一票难求。

对于工厂游,很多人并不陌生。比如北京的首钢园、798艺术区等,可以算是工厂游的1.0版。这些闲置的工业厂房与文化创意产业融合,现已成为文化消费新乐园,工业遗存被“唤醒”,创意活力被激发。如今我们谈及的工厂游,已进入新阶段:充满科技感和未来感的现代化工业生产场景公开展示在参观者面前,人们可以近距离观察生产的诸多环节,并参与互动体验,我们不妨暂且称之为工厂游2.0版。

工厂游的迭代升级,并非偶然,也不意外。过去,不少工厂的自动化水平尚未达到这么高的水平,无论是出于安全管理还是观赏性考虑,工厂游都面临不小的挑战。如今,自动化流水线已经成为不少工厂的标配,游客进厂参观对生产的影响更加可控。同时,通过开门迎客的方式,让兼具参观者身份的游客走进工厂,亲眼见证工厂的科技实力与管理水平,在互动中加深对品牌的理解和认同,可谓一举多得。这些了解和认同,最终将转化为一定的产品购买率和好评度。工厂游成立体广告牌,何乐而不为?

对游客来说,工厂游2.0版的出现恰逢其时。当前,我们已步入大众化旅游阶段,在见过不少名山大川、听过

不少古刹钟声之后,人们追求更加差异化、个性化和更具深度体验性的文旅消费。工厂游无疑是符合这些需求的“特别的存在”。

我们的生活由各种工业制成品建构而起,但我们对生产这些制成品的过程所知甚少。看机械手如何抓取材料,米粉如何一步步装袋打包;穿上防尘服,见证一辆汽车的诞生……这种新鲜感的冲击、知识量的“轰炸”和好奇心的满足,对各个年龄段的人都具有强烈吸引力。游览体验好,参观费用低,高性价比让工厂游之风劲吹。工厂游将开拓文旅市场的新领域,但其影响绝不止于此。一个潜在却深远的影响可能是,工厂“透明化”游览让制造业流程从幕后走到台前,对于许多人来说,这是一堂再生动不过的职业教育课。在这堂课上,我们不仅了解了商品如何被制造,认识了各种不同的职业,更对制造业如何“雕刻”城市、成就中国有了更深刻的理解。换句话说,它在无形中塑造了我们对制造业的敬畏、对职业技能的尊崇。而认识到这一点并付诸实践,对于技术巨变时代中,大至国家的发展、小至个体的成长,都至关重要。

工厂游的公共性已经被看见。近年来,国家层面发文,明确提出要打造一批具有工业文化的旅游示范基地和精品线路,传递出清晰信号。随后,多地也相继出台各种支持举措,引导和鼓励工业旅游资源开放和改造。接下来,如何让工厂游更开放、更专业、更可持续?如何进一步挖掘和释放工厂游的深层价值?我们可以做的工作不少。

议论风生

“考后经济”折射青年消费新特点

张小溪

高考落幕,一场由青春驱动的消费浪潮也席卷而至。传统意义上的“电子三件套”奖励性消费依然火热,中国连锁经营协会数据显示,高考后两周内3C产品销售额同比激增172%。与此同时,新的消费热点正在涌现,如以旅游为代表的“情绪型消费”和以驾考照、健身塑形为代表的“发展型消费”。“说走就走”的毕业旅行成为一种成人礼仪式,数据显示,考后三日内的旅游产品预订量环比增长88%。这些消费行为的背后,是考生将考后时间视为个人能力与形象管理的投资窗口,体现了从单纯物质满足向人力资本预投资的转变。消费的内涵在拓展,从单一的“补偿犒赏”走向“投资成长”与“自我实现”的复合驱动。“考后经济”成为撬动消费市场的焦点,呈现出显著的新特点。这不仅是一场规模上的狂欢,更是一次结构性升级,折射出中国青年消费的新趋势、产业升级的新动向以及社会观念的新变迁。

敏锐的市场主体早已不满足于大水漫灌式促销,而是更精准地去捕捉青年群体的细分需求。针对宿舍生活,企业开发出“迷你电器”,催生出现规模可观的小家电细分市场。文旅产业则深挖文化内涵,比如,故宫文创的“状元及第”盲盒首发日销售额度破千万,敦煌莫高窟凭借“高净值考证半价”政策,成功将文化探索类线路在当地旅游市场上的占比从15%提升至38%。这标志着“考后经济”正从供给侧发生着深刻变革,企业通过文化赋能消费,将商业行为与青年的精神需求和价值认同紧密结合,实现了从卖产品到创体验的跃升。

消费的主体在迭代,年轻人正以其独特的审美体验与互联网思维重塑消费范式。一个显著特征是国潮品牌的崛起。据数据统计,00后考生的国产品牌购买率高达78%,较父辈同期高45%。这不仅消费偏好的选择,更是文化态度的表达,为国货品牌提供了前所未有的发展契机。同时,共享经济的理念被灵活运用于知识领域,付费共享大学优质笔记的平台在上线三个月内估值便突破千万。这些新现象表明,成长于数字时代的青年一代,其消费决策更趋理性、务实,并善于利用新技术、新模式来实现资源价值的最大化。

要让这幅青年消费图景的底色更亮,需要家庭、企业、社会以及政府多方协同发力。对家庭而言,需重塑奖励的内涵。消费是家庭教育的一面镜子,家长需要从观念上转变,将一次性的物质馈赠,升级为引导孩子进行财务规划、培养理性消费观的契机。对企业而言,应彰显责任担当,将商业价值与社会价值相统一,打造有温度、负责任商业模式,赢得消费群体的认同。对社会与政府而言,应筑牢引导与监管的防线。从源头构建理性消费的防护网,为“考后经济”营造健康有序的市场环境。

归根结底,“考后经济”折射出青年一代的消费趋势、价值倾向,以及如何走向未来的诸多选择。我们乐见这股浪潮激发经济活力、推动产业创新,更期待它能成为青年认识社会、规划人生的第一堂实践课。当消费回归需求的本真,当成长超越物质的堆砌,终将成为支撑他们扬帆远航的精神灯塔,让每一笔支出都成为照亮未来的星光。(6月30日《光明日报》)