

# 促进文旅深度融合 激活市场消费潜能

●张希文

中央经济工作会议提出，要创新多元化消费场景，扩大服务消费，促进文化旅游业发展。文旅消费是扩大内需的有效途径，也是满足人民群众美好生活需要的重要载体。文化是旅游的灵魂，旅游是文化的载体。文化和旅游融合发展的核心在于融合，关键在于发展，本质上是通过融合发展不断促进旅游业高质量发展行稳致远，持续提升文化软实力，使文旅繁荣绽放。文化和旅游融合发展不仅有助于弘扬中华优秀传统文化、坚定文化自信，还能促进产业转型升级，满足人民美好生活需要。进一步激活文旅市场潜能，在于促进有效市场与有为政府的深度融合，推动供给优化与需求扩张的协同并进，加强国内市场与国际市场的高效联动，确保高质量发展与高水平安全保障的紧密结合。

## 促进有效市场与有为政府的深度融合

有效市场与有为政府相结合，是文旅产业发展的关键驱动力。有效市场强调的是市场机制在资源配置中的决定性作用，它能够灵敏地反映供求关系，引导资源向效率更高、效益更好的领域流动。在文旅产业中，意味着要建立健全公平、开放、透明的市场环境，鼓励各类经营主体公平竞争，激发创新活力，通过市场竞争优化资源配置，提升文旅产品和服务的品质与多样性，满足人民群众日益增长的多样化、个性化文化旅游需求。

有为政府强调的是政府通过科学规划、优化服务、政策扶持与宣传推广，为文旅产业提供坚实支撑。通过制定科学合理的产业政策、提供公共服务、维护市场秩序、保护消费者权益等手段，为文旅产业营造良好的发展环境。可以

通过财政补贴、税收优惠、金融支持等政策工具，扶持文旅小微企业、文化创意产业、当代艺术市场等新兴业态发展，推动传统产业转型升级；同时，加强基础设施建设，提升旅游交通、信息服务、安全保障等方面能力，为游客提供更加便捷、舒适、安全的旅游体验。

## 推动供给优化与需求扩张的协同并进

增强高品质文化旅游产品的供给效能，深化文化与旅游在业态、产品、市场及服务等多维度的融合创新，以促成资源互补与协同发展效应的形成。

在这一过程中，科技创新和数字化转型成为重要助推器，文旅产业通过新技术、新场景、新模式创新，有效赋能产业发展。“文旅+”跨界展现无限创新可能，如利用数字技术实现远程文旅、沉浸式体验等，实现文化、科技与旅游的深度融合。同时，文旅产业与其他产业的跨界融合模式的不断探索，通过“文旅+研学”“文体旅”融合等，可以满足人民群众多元化的需求。

在新业态、深体验、富创意的推动下，文旅产业不断向纵深推进，以智慧和创意重构旅游场景、打造文旅产品，成为市场角逐的赛道。从“看景”到“入景”，游客的心理感受越来越受到市场重视，长假、慢生活、深体验成为“以人为本”在旅游中的生动体现。

## 加强国内市场与国际市场的高效联动

统筹国内与国际文旅市场，是我国旅游经济进入高质量发展阶段的必然要求，对推动文旅产业实现长久良性发展具有重要的现实意义。

一方面，聚焦建设世界级文化旅游

目的地，最大限度地挖掘和激活国内市场潜力，持续拓展国内文旅产业发展空间，做强、做优、做大国内旅游市场基本盘。根据文化和旅游部印发的《国内旅游提升计划（2023—2025年）》，打造优质旅游目的地，建设一批富有文化底蕴的世界级旅游景区和度假区，实施文旅产业赋能城市更新行动，打造一批文化特色鲜明的国家级旅游休闲城市和街区。同时，指导推进国家5A级旅游景区和国家级旅游度假区建设，开展文化产业赋能乡村振兴试点，推动提升乡村旅游运营水平，推出一批全国乡村旅游重点村镇、乡村旅游集聚区、国际乡村旅游目的地。

另一方面，坚定不移推进高水平对外开放，抓住免签“朋友圈”扩容机遇，拓展文旅投资空间，加大吸引和利用外资力度，集聚全球文旅创新要素，丰富产品供给，提升服务水平，扩大出入境旅游市场，实现国内市场与国际市场同频共振、双向互动。国家移民管理局资料显示，2024年全国各口岸免签入境外国人2011.5万人次，同比上升112.3%，其中，过境免签政策适用人数同比上升113.5%，特别是全面放宽优化过境免签政策后，适用该政策来华人数环比上升29.5%。这一显著增长不仅彰显了我国对外开放政策的强大吸引力，也反映了全世界人民对中国深厚文化底蕴和独特旅游资源的高度认可。免签政策的优化与“朋友圈”的不断扩大，为国际游客提供了更加便捷、高效的入境体验，极大地促进了中国与世界各国的人文交流与旅游合作。

在此背景下，我国文旅产业更应积极转型升级，通过引入国际先进的文化理念和管理经验，提升旅游服务品质与文化内涵，打造具有国际影响力的文旅品牌和项目。随着出入境旅游市场的不

断扩大，中国与世界各国的文化交流与经济联系将更加紧密。通过举办国际旅游文化节、旅游投资洽谈会等活动，搭建国际合作平台，促进文旅资源与资本的全球流动与优化配置，实现互利共赢。同时，加强国际旅游安全合作，保障游客安全与权益，提升中国旅游的国际形象和竞争力。

## 确保高质量发展与高水平安全保障的紧密结合

文旅产业高质量发展和高水平安全是相互促进、相辅相成的两个方面，要统筹好发展与安全的关系。在推动文旅产业的蓬勃发展过程中，我们必须深刻意识到，一方面，要精心传承与妥善保护历史文化遗产，特别是对红色文旅资源进行科学的保护工作。这要求我们不仅要开展全面而系统的研究，深入挖掘其历史价值与文化内涵，还要强化其教育功能，生动讲述党的光辉历程、革命斗争的英勇事迹以及英雄人物的感人故事，以此激发民众的爱国情怀与历史记忆。

另一方面，为了延续历史文脉，在城市更新与开发的进程中，必须审慎处理好现代化建设与历史文化遗产保护利用之间的平衡关系。这意味着，在追求城市发展的同时，也要注重对历史遗迹的尊重与保留，实现保护与发展的和谐共生。换言之，我们既要在保护历史文化遗产的基础上推动文旅产业创新发展，又要在文旅产业的繁荣发展中进一步加强对历史文化遗产的保护与传承，形成保护与利用相互促进的良性循环，为文旅产业的可持续发展注入深厚的历史文化底蕴和强大的精神动力。

来源：河南日报

# 把握新型工业化的新特点新趋势

●叶坦

习近平总书记指出：“新时代新征程，以中国式现代化全面推进强国建设、民族复兴伟业，实现新型工业化是关键任务。”工业化是现代化的前提和基础，能够推动经济增长、促进技术进步、保障物质产品供给、创造就业岗位、带动产业升级。一个国家特别是大国实现现代化，无不依赖高度发达的现代工业。新中国成立后特别是改革开放以来，我国立足本国国情，充分汲取其他国家工业化发展的经验教训，走出一条中国特色的新型工业化道路。当前和今后一个时期是以中国式现代化全面推进强国建设、民族复兴伟业的关键时期。深刻把握新型工业化的新特点新趋势，才能为中国式现代化构筑强大物质技术基础。

新型工业化展现新特点。当前，新一轮科技革命和产业变革深入发展，通用人工智能、生命科学、新能源、新材料等前沿技术领域正在发生革命性突破，并深刻改变着经济生产函数。我国牢牢把握机遇，坚持创新驱动发展战略，加快构建现代化产业体系，制造业高质量发展迈出坚实步伐，以新能源汽车、锂电池、光伏产品等为代表的一批优势产业成为中国制造业的亮丽名片。我国新型工业化发展取得历史性成就，并展现出新的特点。一是高端化。推进新型工业化，一个重要内容就是打造技术水平高、竞争力强的先进制造业，其核心在于创新。近年来，我国着力以科技创新引领产业创新，加快实施产业基础再造工程和重大技术装备攻关工程，推动我国制造业技术水平跃迁、产业结构优化、向价值链中高端攀升。一些传统制造业企业推广应用智能制造技术，实现定制化生产、自动化生产和精密制造、低能耗制造，不仅大大提高了生产效率，也拓展了技术创新和转型升级路径。二是绿色化。绿色低碳是新型工业化的生态底色。近年来，我国深入践行绿水青山就是金山银山的理念，加快工业发展方式绿色转型，稳妥推进工业领域碳达峰，加强资源节约高效利用。同时，加快绿色科技创新和先进绿色技术推广应用，打造一批绿色工厂、绿色工业园区等，加快推动产业绿色化发展。三是智能化。近年来，新一代信息技术快速发展应用，正在重构产业发展基础、方式和流程。我国推进互联网、大数据、人工智能同实体经济深度融合，实施制造业数字化转型行动和智能制造工程，建设一批数字化车间和智能工厂，不断推动产业智能化升级。比如，有的风力发电机叶片生产厂将数字孪生技术、人机互联技术、自动化技术和5G通信技术相结合，将每一项影响产品质量的关键指标都呈现在数字平台上，对生产全流程进行在线监控和精细化管理。四是融合化。随着新技术新业态新模式不断涌现，行业边界越来越模糊，产业交叉融合发展趋势越来越明显。我国积极推动信息化与工业化、数字经济与实体经济、先进制造业与现代服务业等深度融合，数字化管理、平台化设计、个性化定制、网络化协同、服务化延伸等新模式蓬勃发展，新的竞争优势加快形成。

新实践促进对新型工业化的规律性认识不断深化。新时代以来我国新型工业化实践取得显著成就，促进我们对新型工业化的规律性认识不断深化。一是深化了对工业化水平和发展阶段的认识。传统工业化理论主要以三次产业的结构及其演变来衡量一个国家或地区的工业化水平和发展阶段。随着社会生产力不断发展，人类产业活动的规模和方式发生巨大变化。新型工业化把科技创新作为强大动力，以高端化、智能化、绿色化、融合化程度作为重要判断指标，更加符合生产力提高和产业转型升级的实际，更加符合生产社会化和经济一体化的发展趋势。二是深化了对产业分工的认识。传统的产业分工要求每个部门聚焦于自己的核心职责，在自己的领域内发挥专长，提升整体效率。随着新一代信息技术的快速发展和广泛渗透，生产组织呈现网络化、自组织、分布式协同等新特点。新型工业化要求推动产业门类之间、区域之间、大中小企业之间、上中下游环节之间高度协同耦合，更加符合前沿科技跨领域交叉融合的趋势，能够更好释放产业网络的综合效益。三是深化了对产业布局的认识。传统的产业布局通常要求相同或相近产业在特定地理区域高度集中，产业资本要素在特定空间范围不断汇聚，促进区域内企业组织互助合作、相互吸引。数字技术、数据要素和数字平台等的广泛使用，极大降低了物流、运输和交易成本，也使得地理区位对产业发展的重要性下降、地理区位优势越来越模糊，产业交叉融合发展趋势越来越明显。我国积极推动数字化、推动数字产业集群发展，为产业集群带来新的发展动力、空间与模式，构筑起数字产业竞争新优势。

在推进新型工业化中发展新质生产力。去年底举行的中央经济工作会议提出“以科技创新引领新质生产力发展，建设现代化产业体系”。我们要把高质量发展的要求贯穿新型工业化全过程，加快发展以高技术、高效率、高质量为特征的新质生产力。一是加快实现高水平科技自立自强。科技创新是发展新质生产力的核心要素。要深入实施创新驱动发展战略，坚持企业在创新中的主体地位，积极推动以科技创新为核心的全面创新，打好关键核心技术攻坚战，努力实现关键核心技术自主可控，为推进新型工业化、发展新质生产力提供不竭动能。二是大力发展数字经济。数字经济具有高创新性、强渗透性、广覆盖性，正在成为重组全球要素资源、重塑全球经济结构、改变全球竞争格局的关键力量。要加快构建促进数字经济发展体制机制，完善促进数字产业化和产业数字化政策体系，发展工业互联网。推动数字技术与实体经济深度融合，积极打造具有国际竞争力的数字产业集群，抢占未来发展制高点。三是统筹推动传统产业与新兴产业发展。推进新型工业化，必须一手抓传统产业转型升级，一手抓战略性新兴产业、未来产业发展壮大。要对传统产业进行全方位、全链条改造，提高传统产业的全要素生产率，推动传统产业转型升级。把握人工智能等科技革命浪潮，适应人与自然和谐共生的要求，把战略性新兴产业和未来产业作为主攻方向，加快打造具有国际竞争力的战略性新兴产业集群，加快培育未来产业。四是提升产业链供应链韧性和安全水平。当前，安全高效的产业链供应链，支持企业参与制造业链补链行动，做强长板优势，补齐短板弱项，打造新兴产业链条。加强产业链上下游之间的战略合作与利益协调，强化产业链联动，构建自主可控、运转稳定的生产供应体系。来源：人民日报

# 县域消费旺带来的启示

●连俊华

今年春节假期，县域消费市场供需两旺，大江南北，到处都洋溢着节日的喜庆氛围。全国各地县城商超、农村大集市场亮点多，群众红红火火消费忙。县乡居民精心挑选自己满意的商品，既有琳琅满目的年货，又有以旧换新的数码产品、家电产品等。

其实，县域消费热并非新现象。这些年，我国县域消费不断扩容升级，春节档县城电影院一票难求，“村咖”成为链接城乡的消费新场景……县域消费多点开花，大城市和小县城的消费边界正逐步消融，大城与小城的消费方式产生更多共振。

近年来，支持县域经济高质量发展的一系列政策相继发布，县域经济的地位和作用越发得到凸显。2022年中办、国办印发《关于推进以县城为重要载体的城镇化建设的意见》，提出“增强县城综合承载能力，提升县城发展质量”“以县城为基本单元推进城乡融合发展”。同年，国家发展改革委印发《“十四五”新型城镇化实施方案》，再提“推进以县城为重要载体的城镇化建设”。2024年，中央经济工作会议再次强调“大力发展县

域经济”，释放出清晰信号，传递出强劲发展信心。

县域“麻雀虽小，五脏俱全”，向上连接省市，向下沟通镇村，起着承上启下的节点作用。中国信息通信研究院发布的《县域工业经济发展报告（2024年）》指出，当前我国县（市）经济发展总体呈现出几大特征：经济整体体量稳步提升，工业支柱作用凸显；人口小县机构优化扩面，治理改革纵深推进；新型城镇化攻坚潜力区，人产城融合引领方向；规上企业数再入成长期，全国占比逐步趋稳。不难看出，作为国民经济的“毛细血管”，县域经济是新型城镇化发展的基础，也是实施乡村振兴战略的主抓手。

相关数据显示，截至2023年，我国有2800多个县级行政区，GDP总量为50万亿元左右，常住人口达7.4亿人，经济总量占全国的38.1%，常住人口占全国的52.5%。2023年，全国59个“千亿县”以1.2%的陆地总面积、4.5%的常住人口，贡献了全国7.6%的GDP、10%以上的规上工业企业产值、10%左右的专精特新“小巨人”企业。

工业强则产业强，产业强则县域

兴。产业是县域经济发展的关键支撑，培育壮大特色产业是推动县域经济高质量发展的关键举措。当前，随着我国大中城市的产业结构由劳动密集型向资本密集型、技术密集型转变，一些传统产业逐步向县域转移。同时，越来越多的农村人口向县城集聚，据统计，10年间县城和县级市城区常住人口增长超过30%。这些都为提升县域产业承载能力、推进新型城镇化提供了历史机遇。

目前，县域产业集群已成为我国工业发展的中坚力量，近三成专精特新“小巨人”企业分布在县域产业集群中。加快推动县域产业集群式发展，促进区域融合，也已成为各地布局县域经济的发力点。例如，浙江乐清电气产业集群是目前全国唯一一个以县域为主导的国家先进制造业集群，集群内企业达1.4万家，其中，规上企业1189家、超亿元企业209家。“中国蔬菜之乡”山东寿光的蔬菜产业集群总结出产业协同、城乡一体化均衡发展经验，激发了三产融合的新动能。

产业是就业的保障，就业是产业的支撑，两者相辅相成。当前，对年轻人、

农民工等就业群体来说，择业不再紧盯一、二线城市，回家乡创业就业也是不错的选择。顺应县域人口流动变化趋势，完善基础设施建设、提高公共服务水平，明确不同类型乡村功能定位，因地制宜制定县域差异化发展路径。以县域为单元推动产业发展，立足自身资源禀赋、产业基础及功能定位，瞄准市场需求，打造县域特色产业集群，推动产业链成群发展，培育更多的富民产业。此外，充分发挥县域消费升级的经济带动作用，完善配套政策措施，优化创业环境，丰富消费供给，构建设施完善、双向顺畅的县域流通网络，持续激活县域消费新场景。来源：光明日报

未来，发展壮大县域经济，应将其纳入区域协调发展、城乡融合的大格局中统筹谋划。顺应县域人口流动变化趋势，完善基础设施建设、提高公共服务水平，明确不同类型乡村功能定位，因地制宜制定县域差异化发展路径。以县域为单元推动产业发展，立足自身资源禀赋、产业基础及功能定位，瞄准市场需求，打造县域特色产业集群，推动产业链成群发展，培育更多的富民产业。此外，充分发挥县域消费升级的经济带动作用，完善配套政策措施，优化创业环境，丰富消费供给，构建设施完善、双向顺畅的县域流通网络，持续激活县域消费新场景。来源：光明日报

# 发展县域商业释放农村消费潜力

●柳学信

作为我国消费体系的重要组成部分，农村消费市场蕴含着巨大的增长空间。中央经济工作会议明确“大力提振消费、提高投资效益，全方位扩大国内需求”是今年经济工作的重点任务之一。中共中央、国务院印发的《乡村全面振兴规划（2024—2027年）》对“全面促进农村消费”作出部署，提出“推进县域商业体系建设”。这为激发农村消费潜力提供了重要着力点。

县域是连接城镇与农村的关键纽带，是国家治理的基本单元。建立县域统筹，以县城为中心、乡镇为重点、村为基础的农村商业体系，推动供应链、物流配送、商品服务下沉以及农产品上行，有助于优化农村发展环境，促进农民增收、农村消费提质扩容。

近年来，我国县域商业发展迅速。据国家统计局数据，2024年乡村消费品零售额达66729亿元，增长4.3%，增速快于城镇0.9个百分点。县乡市场规模持续扩大，包含镇区和乡村地区的县乡消费品零售额占社会消费品零售总额的比重为

38.8%，比上年提高0.4个百分点。广袤的县域地区拥有巨大的人口基础，旺盛的市场需求，商业发展潜力足，但在结构体系、基础设施、政策环境等方面仍存在一些问

题。一是县域商业体系不健全，商品与服务供给不足。商业功能业态不完备和经营主体结构不合理是当前制约县域商业体系功能进一步发挥的瓶颈。部分县域商业网点规模偏小、业态简单、布局分散，存在互补性差、同质化严重以及辐射能力弱的问题，难以提供多样化的商品和服务。县域商业的经营主体类型也较为单一，通常由少数几个传统企业占据市场，缺乏创新型企业、高科技企业等参与。现有业态陈旧单一、产品服务难以满足多样化的市场需求，制约了县域消费市场的发展与升级。

二是县域流通网络不畅通，物流流通效率不高。近年来，随着现代流通体系建设的推进，城乡经济循环不断打通，但农产品市场网络仍不完善，重要制约因素之一就是县域物流配送体系薄

弱。相较于城市，县域物流产业在基础设施建设、快递网点覆盖和仓储管理水平等方面存在较大差距，物流专业化、市场化、信息化和社会化水平较低。叠加市场分布分散、交通不便等因素，县域地区物流成本高企，城乡流通过程中长期存在进不来、出不去的“围城”现象，制约了物流产业对农民收入和农村经济的带动作用。

三是县域商业支持政策不到位，商业环境不完善。近年来，有关部门出台了一系列政策鼓励大型流通企业和电商平台下沉基层市场，但在政策实际落实过程中，受投资回报和市场环境等因素影响，欠发达地区的县域受益有限。一些县域由于经济发展水平低、地方财力不足，无法提供相应的政策支持，甚至配套设施存在欠账，缺乏投资吸引力。县域商业环境也有待优化，普遍存在市场监管力量薄弱、监管联动机制不完善的问题，影响了市场秩序健康发展，在一定程度上降低了企业投资兴业的信心和消费者消费意愿。

可以说，发展县域商业，机遇与挑战并存。针

对上述问题，需要从基础设施建设、政策支持、科技支撑等方面发力，通过发展县域商业撬动农村消费市场。

补齐短板，健全县域商业体系。科学规划和建设县域商业综合体，打造集餐饮、娱乐、休闲、演艺、购物等多种功能于一体的新型商业平台，满足城镇居民生活与娱乐需要，提升县域商业建设品位和消费环境。依托当地大型商贸流通企业带动支撑，推进乡镇中小型商贸中心建设，让村民在家门口能买到高质价比的商品。加快对乡村夫妻店、小卖部的改造升级，完善快递收发、农产品经纪等服务供给。建设乡村社区综合服务中心和经营服务综合体，开展文体娱乐、养老幼教、代收代缴等多样化服务，为农村居民提供“一门式办理”“一站式服务”，提升其生活质量和消费体验。

数字赋能，畅通县域流通网络。一方面，推动数字技术与农村传统商业企业的深度融合，发展农村直播电商，提高县域电商服务能力，培育多元新型农村电商主体与“小而美”农产品网络品

牌，畅通农产品上行渠道，形成县域商业发展新动能。另一方面，通过数字化设施改造，完善县乡村三级物流配送体系。建设农村商业信息化管理平台，提升农村商业网点和小微企业的日常销售与运营环节的数字化水平，促进物流、信息流、资金流的融合，提升农村商业流通体系现代化程度。

政策支撑，优化县域消费环境。地方政府要科学规划县域商业体系，充分利用各级政府的财政支持，提升县域商业发展所需基础设施的建设水平，同时引导社会资本积极参与相关建设。制定科学的县域商业发展支持政策，打造优良营商环境，吸引更多大型企业进入县域商业市场，提升县域市场的供给能力和发展潜力。创新监管机制，完善县域消费者诉求响应机制、多元化纠纷解决机制、消费舆情监测响应和消费者权益保护联动机制，发挥政府、社会和企业等多方合力，加强日常监管和专项治理，加大对侵权假冒行为的打击力度，构建公平竞争的市场环境。

来源：经济日报