

经济「新」视点

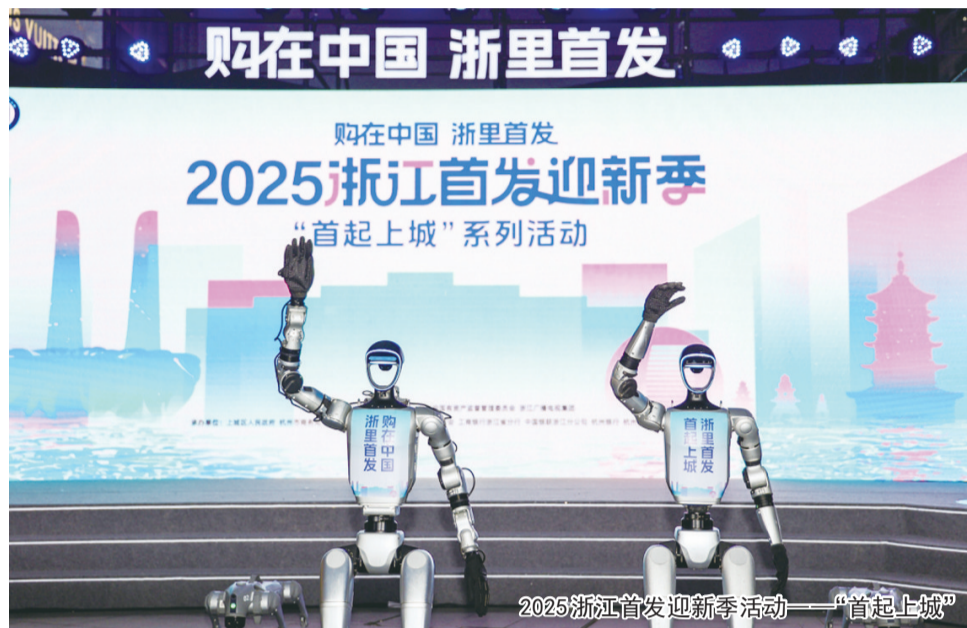
赋能商业生态 激活市场潜力

杭州首发经济助推消费升级

本报讯 近年来,浙江省杭州市将发展首发经济作为扩大内需、推动消费升级的核心抓手,持续推进商业创新和品牌引入,做强“首店经济”,丰富城市商业生态,推动城市消费能级跃升。2024年,杭州引进首店388家,同比增长54%。今年前三季度,新开首店210家,其中全国首店38家、华东首店7家。首发经济不仅激活了市场消费潜力,还赋能城市商业生态,推动消费升级。

——优化服务,构建全流程保障生态。杭州市优化提升企业服务效能,针对首店品牌,提供项目选址、政策匹配等定制化服务。如上城区为乔丹华东旗舰店协调解决门头设计与商圈风格冲突的问题,助其开业两周营收突破百万元;协助智能家居品牌“追觅”开通全国首个兑现以旧换新补贴政策通道,推动该品牌将原定首店升格为区域总部,开业仅8小时销售额破5000万元;助力极由科技JU ACTIVE(瑜伽品牌)从首次展出、开设门店到设立企业总部的链式跨越发展,现已在全国开设超30家门店,并于今年2月将全国总部落户杭州。

——场景重构,激活全域消费潜力。杭州市积极构筑全域秀场矩阵,通过空间整合、业态融合、政策引导与IP塑造,打造多层次、开放式、沉浸式时尚展演空间。杭州商贸核心上城区依托湖滨步行街、钱江新城CBD双核引擎,串联杭州时尚中心、上城里数字时尚产业园等产业空间,推出全域十二秀场首发矩阵。其中,杭州时尚中心吸引国内外20余个品牌首发首秀相继落地,促成订单1000余单,累计销售额超5000万。



与此同时,杭州市高效链接虚拟场景与实体消费,发布全国首个数实融合型元宇宙消费场景,吸引157万人次参与消费互动,为商家赋能消费增长2300余万元。以“1个首发+多款主力”模式,打造集新品首发平台与黑科技买手店于一体的特色消费空间“西子魔盒”,今年国庆中秋期间吸引219万人次消费者打卡体验。

——产业协同,延伸首发经济链条。杭州市以文化为主基调,将德寿宫遗址打造为古今交汇全球首发阵地,改造提升十三湾巷、二十三坊巷等历史街区,植入沉浸式秀展、非遗手作等体验元

素,今年以来,共吸引客流超42万人次。提质培优“主理人经济”,推出以东坡路为核心的杭州首条“亿元”主理人大道,汇聚1300多个国际一线品牌和时尚潮流品牌。以杭州时尚中心为主阵地,落地小红书宝藏店铺孵化中心,推出杭州宠物时装周、春日灵感季等活动50余场。激励引导企业开展技术创新和时尚新品研发,凌迪科技基于自研仿真和AI引擎的工业设计软件Style3D,打破国际技术垄断,目前已与全球超2000家时尚企业达成合作,帮助行业平均缩短设计周期60%,入选工信部未来制造典型应用场景。魏佳雯

火红辣椒庆丰收

眼下正值辣椒采收旺季,山西省襄汾县南辛店乡北陈村农民抢抓晴好天气,开展采收、分拣、晾晒、烘干、销售等一系列作业,田间地头、加工企业一派忙碌的丰收景象。图为农民在田间采收辣椒。

中新社供图



设施建设加快,发展前景向好——

鸡西全力推动冰雪旅游经济高质量发展

刘振祥

近年来,随着第九届亚洲冬季运动会的顺利举办及一系列刺激政策的有效实施,黑龙江省鸡西市冰雪旅游、冰雪运动掀起新的热潮,成为带动旅游业和经济发展的引擎。国家统计局鸡西调查队近期深入走访鸡西市商务局、文旅局等部门,并对102位居民及8家冰雪旅游企业开展的问卷调查结果显示,鸡西冰雪经济发展取得积极进展,冰雪消费热情日益高涨,发展前景向好,今后需持续在做好整体规划、分类做好淡季服务、提升综合服务能力等方面绵绵发力。

建设力度加大,打下坚实基础

鸡西市立足资源优势,加大冰雪经济基础设施和景区景点建设力度,推动冰雪旅游消费快速发展。新举办“鸡西冰雪逍遥游”系列活动,建成鸡西冰爬犁乐园、鱼亮沟梦幻冰雪乐园等12个冰雪项目,实现各县市区大型冰雪游乐项目全覆盖。建设冰雪运动场地162处,建成30分钟冰雪健身圈。总投资2.5亿元新建鸡西冰上运动中心,含滑冰馆1座,定性为乙级体育建筑,建筑面积1.81万余平方米,可举办全国性单项比赛;含运动员公寓1座,建筑面积2167.1平方米。

与此同时,全市不断加强冰雪运动基础教育,目前已有12所学校成为冰雪体育传统项目学校,开设了速度滑冰、滑雪和冰球等课程并配备专业体育教师,鸡西冰雪体育旅游线路入

选全国十条“2024年春节假期体育旅游精品线路”。2023—2024年冰雪季,全市接待游客303.7万人次,实现旅游收入18.2亿元,同比分别增长92.5%和95.8%。鸡冠区受访的贾先生表示,近年来鸡西冰雪旅游设施建设速度明显加快,为产业较好发展打下了坚实基础。

人气不断高涨,发展前景向好

受哈尔滨亚冬会掀起冰雪运动热潮及本地冰雪旅游和运动设施逐步完善等因素影响,居民冰雪消费热情得到有效激发。调研中,超八成受访者参加过冰雪相关运动,其中参加过滑雪、滑冰、冰雪运动休闲项目、冰壶等其他冰雪项目的分别占44.1%、20.6%、41.2%和11.8%,仅有14.7%受访者表示从未参加过任何冰雪运动;近半数受访者每个冰雪季都要参加冰雪运动,其中每个冰雪季参加1—2次、3—5次、6—7次的分别占38.2%、6.0%、2.9%,若干年参加一次的占38.2%,从未参加过的占14.7%。

调研显示,近六成受访者去过以冰雪为主题的景区、乐园、度假村或体验过以冰雪为特色的旅游线路。本地冰雪运动场所成为居民首选,58.8%的受访者选择在本市冰雪设施场所游玩(多选),35.3%选择本市近郊,32.4%选择省内其他城市,没有选择其他省份的。鸡冠区受访的刘先生表示,鸡西市近些年新增了许多各具特色的冰雪运动或旅游场所,自己及家人的冰雪消费意愿越来越强。

热度持续升温,冰雪+旅游受青睐

近日,鸡西市明确于2025年11月8日至2026年2月28日全面开展冬季冰雪旅游“百日行动”。全市各部门提前谋划、协同发力,以优质冰雪产品、特色主题活动、暖心保障服务,擦亮“冰雪江湖 遇见鸡西”品牌,为四海宾朋奉上一场高品质冰雪文旅大餐。

今年冬天,鸡西的冰雪旅游将持续升温。调研中,近八成受访者表示今年冰雪季将参与冰雪运动,其中表示将持续高频参与、适度增量参与、维持往年参与程度的分别占5.9%、26.5%和44.1%,表示观望或减少的占5.9%。仅有6.9%的受访者预计今年在冰雪运动上的总消费将减少;表示将有所增加的占37.9%,其中增加30%以上和以下的分别占10.3%和27.6%;基本不变的占41.4%;尚有所计划的占13.8%。

在冰雪运动与旅游融合方面,调研也显示,近六成受访者今年冰雪季有冰雪旅游计划,其中表示将深度体验在外过夜度假多日的、轻度体验短途观光一日游的分别占11.8%和47.0%,明确表示无计划的占23.5%,尚未决定的占17.7%;超八成受访者表示今年冰雪季总消费将不低于往年,其中表示将增加30%以上和以下的分别占8.8%和32.3%,没有受访者表示将有所减少。恒山区受访的李女士表示,年初的哈尔滨亚冬会精彩纷呈,自己和家人对即将到来的冰雪季也有了更多的憧憬和期待。

合肥外贸企业大力开拓非美市场

战略布局积极性显著提升

本报讯 近年来,安徽省合肥市深入贯彻落实全省“徽动全球”出海行动部署,在稳固传统贸易市场的基础上,积极发力新兴市场开拓。今年前三季度,全市进出口总额达近3296亿元,同比增长21.8%,展现出较强的外贸韧性。面对当前外部环境复杂多变的形势,合肥外贸企业进一步加快在欧盟、东南亚、中东等重点区域市场的开拓步伐。国家统计局合肥调查队近期开展的专题调研结果显示,全市多数企业已主动布局非美市场且长期看好其发展潜力,进出口规模呈现显著分化特征。

——市场竞争与经济环境构成共性压力。据受访的多家企业反馈,当前国际经济环境疲软、市场竞争加剧是导致订单减少或利润下滑的普遍原因。价格波动挤压利润空间,如安徽丰乐农化有限公司相关负责人表示,进口采购价格同比上升与出口产品售价同比下降形成“双向挤压”,直接缩小利润空间。客户结构优化实现“逆势增长”,如合肥伟佳机械科技有限公司通过主动剔除低诚信客户、聚焦优质客户群体,虽短期订单有所下降,但利润实现逆势增长,实现从“被动应对”到“主动优化”的转变。战略备货拉动进口增长,少数企业进口物料金额增加源于集团战略备货需求,如合肥芯碁微电子装备股份有限公司前三季度对非美国家进口额同比上涨179%。

——进出口规模呈现“两极分化”。调研显示,合肥企业对非美国家贸易表现出“两极分化”的鲜明态势。进口端活跃度较低,受访企业中,超六成企业无对非美国家进口业务,进口业务参与度不足;出口端表

现差异显著,部分企业实现出口额、在手订单与利润的“三增长”且增幅明显,如合肥芯碁微电子装备股份有限公司前三季度对非美国家出口额上涨34%、在手订单上涨超200%、利润率上涨32%;另有部分企业贸易指标承压下滑,如安徽同兴科技发展有限公司前三季度出口额同比下降约7%,1—10月降幅收窄至4.5%,在手订单与利润同步下降3%—4%,整体经营压力较大。

——市场拓展以“主动布局”为主导方向。调研显示,多数受访企业已从过去的“被动规避风险”转向“主动布局市场”,战略积极性显著提升,如合肥芯碁微电子装备股份有限公司等企业加大非美市场投入力度,通过组建海外销售与运维团队、设立境外子公司等方式深化本地化布局。仅个别企业因风险规避需求选择收缩,如安徽金泰农化有限公司受当前国际形势影响,对短期贸易前景持谨慎态度,将直接出口转为向外贸公司供货,以减少风险与成本费用。

——前景判断整体呈“审慎乐观”态势。受访企业普遍认为,非美市场“机遇与挑战并存”,长期发展前景向好。如合肥芯碁微电子装备股份有限公司基于东南亚PCB(印刷电路板)产业转移趋势,预计亚洲(除日本和中国)市场未来5年平均增速达7.8%,将东南亚作为核心增长极,目前已完成泰国子公司的设立登记手续。少数企业认为,从长期来看,经济增长与消费需求提升将创造广阔空间,但与此同时,受全球经济疲软、市场竞争加剧等因素影响,短期内对贸易形势仍持谨慎态度,需持续关注风险变化。魏敏

经济速递

内蒙古药品耗材集采累计节约209亿元

本报讯 近日从内蒙古自治区医疗保障局获悉,截至10月底,内蒙古累计落地执行集中带量采购药品1073种、医用耗材67类,采购价格平均降幅60%以上,累计节约医药费用209亿元。

据了解,自开展药品和医用耗材集采工作以来,内蒙古自治区医保部门认真落实各项政策,积极推动工作全面落地,让更多患者享受医药降价的改革红利。为让患者对集采中选产品用得着、用得放心,自治区医保部门全力开展“集采药品进基层”惠民行动,扩大民营医院、零售药店、村卫生室、社区卫生服务站的集采产品覆盖面,目前参与全区药品网上采购的医疗机构1765家、定点零售药店348家,医药采购平台挂网药品5.5万个,更好地满足医疗机构

临床使用和患者用药需求。截至目前,全区公立医疗机构药品和耗材网采率分别达到99.82%和83.15%,完成“十四五”规划目标。创新医保基金与医药企业“医银企直联”业财一体化直接结算模式,已为1958家医药企业结算货款超128亿元,药品平均回款周期缩短至22天,进一步降低了医药企业制度性交易成本。

药品耗材集采是破解“药价高”“看病贵”问题的重要举措,也是深化医药卫生体制改革的重要内容。“自治区医保部门将围绕‘提质扩面’与‘精细治理’,进一步完善医药价格形成机制,扩大集采覆盖范围,强化信息支撑与监管联动,推动药品耗材价格回归合理水平,持续释放改革红利。”内蒙古自治区医药采购中心主任刘峻说。梅刚

新疆冬博会点燃游客滑雪热情

本报讯 近日,第十九届新疆冬季旅游产业交易博览会在新疆国际会展中心正式开幕。作为新赛季的重要启动活动,新疆维吾尔自治区文化和旅游厅现场发布“2025新疆冬季旅游优惠政策大礼包”,以4.5万张冰雪消费券为核心,正式启动冬季旅游消费促进计划。该计划融合全疆各地州的景区门票减免、住宿优惠、引客奖补等多项举措,全面激活冬季旅游市场,激发百万游客滑雪热情。

冰雪消费券发放时间为2025年11月14日至2026年2月,共分6轮投放,首轮“满100减20”,覆盖滑雪场叠加补贴后可达“满100减40”。覆盖乌鲁木齐、昌吉、阿勒泰等6个地州的11家4S级以上滑雪场,包括丝绸之路国际滑雪场、可可托海国际滑雪场等知名雪场。各雪场雪道等级丰富,

可满足亲子家庭、滑雪初学者及专业爱好者等不同群体的需求,实现“全人群覆盖”。游客可通过“游新疆一码游”微信小程序,查询每轮消费券发放信息,经实名认证后一键申领。

在“引客入疆”方面,伊犁州对组织游客的旅行社按每人300—500元标准给予引客补贴,并设立2万元文旅创作奖励;昌吉州对旅游包车和自驾团队最高奖励5万元/团;和田地区推出“多住一晚多奖100元”政策,鼓励疆外游客延长停留时间。同时,联动中国石油、中国石化投入超5亿元资源,提供加油打折服务,进一步降低游客出行成本。全疆范围内,超过150家A级景区、200家酒店及百余餐饮企业共同参与,推出多项折扣优惠,合力营造优质冰雪旅游消费环境。迪丽娜尔

海南海洋旅游产业规模持续扩大

本报讯 近年来,海南正致力于通过日益完善的滨海旅游产品体系,串联起度假、运动等多元业态,以优质的产品体验吸引八方游客,并通过加强顶层设计与政策扶持,为海洋旅游产业注入持续动力。数据显示,海南海洋旅游产业规模持续扩大。2024年全省海洋旅游接待人次达1458万,同比增长15.7%;海洋旅游总收入306亿元,同比增长20.6%。今年1—9月,已接待海洋旅游游客1132万人次,同比增长8%;实现收入247亿元,同比增长9.5%,显示出强劲的发展势头。

在滨海度假产品建设方面,目前,全省已建成3家国家级滨海旅游度假区,3家省级滨海旅游度假区,拥有19家海洋主题景

区、137家海景民宿、9家海洋文化类休闲街区、5家夜间文旅消费集聚区以及14家水上运动基地,形成了完善的滨海度假产品网络。2024年,海南开通并运营6条邮轮旅游国际航线,全年共查验出入境邮轮48艘次,出入境人员达9.7万人次。今年,继续加大引进力度,招商引入三艘国际邮轮,并计划再开通运营6条国际航线。

在水上运动体系建设方面,海南成功引进并培育了帆船、帆板、冲浪、浆板、皮划艇、摩托艇、潜水等共计35类水上运动项目。通过融合内河与滨海资源,还推出了风筝冲浪、漂流等14类特色运动项目。三亚、万宁等地已发展成为国内外知名的水上运动聚集地。刘晚惠 李艺娜