



解锁“晋”彩新体验,激活消费新热点——

山西体验经济持续升温

■ 白洋

随着我国居民消费需求从“有没有”向“好不好”发生转变,以亲身参与和情感共鸣为核心的体验经济逐渐成为消费新热点。近年来,山西省依托丰富的历史文化遗产、民俗风情和自然资源,积极推动文旅产业转型升级,体验经济呈现业态创新活跃、市场响应热烈、带动效应显著的良好发展态势。

政策规划不断完善,顶层设计持续强化

2025年,山西省文旅厅推出拓展文旅消费新场景、解锁景区游玩新体验、培育跨界融合新业态、激发夜间文旅新活力、打造文旅营销新热点、优化文旅服务新举措等6项“硬核举措”,积极拓展消费场景和载体,打造全域全季全龄旅游目的地。今年,山西省商务厅等十部门联合印发《山西省促进服务消费高质量发展若干措施》,出台36条具体举措,着力扩大优质供给、培育新型业态、优化消费环境,构建具有山西特色的“晋享服务”高质量服务消费体系。各市因地制宜出台配套政策,形成上下联动的政策合力。太原市以标准化建设和品牌创建为抓手,指导支持各大景区、历史文化街区等引进各类文旅业态产业,形成集聚发展态势。大同市

提出以“中国古都·天下大同”为总品牌、以“文化古都”“清凉夏都”“美食之都”为主打品牌,构建多层次、全方位的全域旅游品牌矩阵。长治市明确提出推动商圈体验化转型、非遗沉浸式体验、农文旅融合、夜间经济培育、康养产业发展等重点任务。吕梁市积极推进文旅融合创新,在现代商贸领域提出打造新型消费商圈、培育新消费模式等创新举措,鼓励有条件的景区开发演艺演出、灯秀水秀、夜景观光、商业街夜市等夜间旅游产品。

业态布局日趋丰富,多元场景加速形成

随着政策体系逐步完善,各地体验经济业态呈现多元化发展态势,一批特色鲜明的消费场景加速形成。太原市钟楼步行街在恢复城市肌理、重塑历史风貌的基础上,盘活大宁堂、乾和祥等老字号资源,引入现场演艺、潮流零售、二次元互动的体验场景,同时汇聚地方风味与非遗传统美食形成“寻味钟楼韵”美食集聚区。大同市依托丰富的冰雪资源,先后承接一系列大型冰雪赛事,持续举办大同冰雪季系列活动,推出“古都冰雪文化节”“冰雪康养度假游”等特色线路,推动冰雪运动与文化、旅游、康养、商贸深度融合。

忻州古城通过差异化招商打造特色小吃集群,集聚原平锅魁、保德碗托、定襄蒸肉等本地风味,配套戏台、茶座休憩空间和糟人、面塑等街头非遗互动,构建“美食+民俗”复合体验场景。

吕梁市大东沟森林康养基地构建“春赏花、夏避暑、秋观叶、冬康养”的全季旅游体系,巧借山势搭建露营平台,建设休闲步道,让设施与山水浑然一体,同时推出森林咖啡、自助茶室、吊炉火锅、林间书吧等休闲业态,营造慢生活氛围。

综合拉动效应显著,多维度价值持续释放

体验经济的蓬勃发展,不仅有效拉动了消费增长,更在就业增收、品牌传播等方面产生了多维度的积极效应。在消费拉动方面,忻州古城整体运营成效显著,今年春节假期古城接待游客114.63万人次,旅游总收入3635.66万元,同比分别增长44.86%和37.65%,形成日间民俗体验、夜间演艺消费全链条场景。《又见平遥》作为晋中体验经济的标杆项目,截至今年5月,开演13年以来累计演出超9500场,接待观众697万人次,门票收入突破12亿元。在就业增收方面,太原古县城通过古城演艺、非遗匠人、商户经营、物业服务、活动执行、景区服务等岗位直

接解决2000余人就业,同时辐射周边村落、街道,带动上下游产业,间接带动5000余名群众就业增收。长治市振兴小镇持续拓宽本地村民就业、创业渠道,直接带动本地村民就业占比达75%以上,村民人均年增收超3万元。吕梁市交城县磁窑村深挖千年古窑文化,修复35处古村落院落、建成非遗瓷器工坊,带动本村及周边120余人就业,户均年增收1.3万元。

在品牌传播方面,太原市聚焦演唱会经济,打造“歌迷之城”名片,2023年以来成功举办大型演唱会85场,吸引现场观众约200余万人次,相关社交平台话题播放量超50亿次,“锦绣太原”知名度、美誉度和吸引力显著提升。晋中市推出“怡然见晋中”城市文旅形象,深耕“中国传统文化之旅、太行山水艺术之旅、休闲度假美食之旅”三大主题九大业态,开发体验性、互动性更强的旅游项目,打造有品质、有温度的旅游目的地,推动旅游从景区景点向全域旅游转变。

用情绪价值吸引人、感染人、留住人,让消费更具温度与韵味,正是“体验经济”的本质。展望未来,随着政策支持力度加大、文化引领作用凸显,“体验经济”有望在山西大地进一步释放内需潜能,不断提升三晋百姓的获得感与幸福感。

蟠桃飘香 富农家

近日,河北省唐山市丰南区唐坊镇孙老庄村蟠桃进入采摘期,当地农民们抢抓晴好天气,忙着采摘、分拣蟠桃,供应市场。图为农民在分拣刚刚采摘的蟠桃。

中新社供图



赴夜色之约 品人间烟火 ——北京昌平激活夜间消费新动能

■ 胡继红

夜幕降临,时值北京伏季。白日高温褪去,市民们忙完日常工作,抓住入夜后的凉爽时段外出休闲。地处首都平原新城的北京市昌平区跳出传统认知,顺应年轻人青睐沉浸式体验、情感式消费的时代潮流,推动商旅文体农深度交融,因地制宜打造都市潮流、田园乡居、科创赋能、运动休闲多元消费场景,依托一个个特色场景,夯实消费升级根基,为北京国际消费中心城市建设注入京北动能。

立足资源禀赋,塑造特色夜间消费场景

消费场景能不能长久火爆,关键在于能否突出本土特色、避免同质化竞争。昌平区摒弃传统夜市的同质化模式,按照城区、景区、乡村分区布局,做到一处片区一种特色,打造“一城多点、因地制宜”的发展格局。

今年夏天,全区借力成熟商圈,主打都市潮流风尚。首开LONG街鸿运巷完成3.0版本焕新升级,将昌平非遗手作、崔村“崔村红”苹果伴手礼融入国风夜市,常态化开展露天音乐会、古风

情景剧;超极合生汇依托巨型穹顶打造光影夜场,后备箱市集、潮玩派对持续点燃夏夜氛围;昌盛小街巩固市级深夜食堂街区建设成果,一批北京首店、特色餐饮延长经营时段,商圈夜晚烟火气持续升温。

为进一步盘活古建资源,昌平区深挖历史底蕴,居庸关长城打破“白天观光,夜晚沉寂”的固有局面,创新推出长城星空民乐汇、深夜读书会、实景沉浸式短剧;十三陵片区打造“明朝夏夜季”,投壶、拓印、汉服巡游等传统体验项目放到夜间开展,厚重的“明文化”褪去距离感,游客不再走马观花打卡,停留时长明显延长。

借助崔村镇千亩苹果园、兴寿镇草莓种植基地,昌平区推出果园星光市集,晚风裹挟果香,城市游客漫步果树之间,体验山野夜色。每到周末,不少海淀、朝阳区居民专程驱车来到昌平区辛庄村游玩,昔日田间地头,慢慢变身成京北新晋打卡热点。与此同时,未来科学城释放科创优势,小汤山美妆产业园开设晚间体验课堂;滨河步道、环山骑行线路完善夜间配套,夜跑、飞盘、夜间篮球赛带动周边民宿、餐饮增收,科创活力与运动潮流不断丰富夜间消费内涵。

强化系统施策,夯实消费发展根基

热闹的烟火气背后,离不开政策引导、硬件配套和数据赋能。夜间经济行稳致远,不能只依靠商户自发经营,昌平区坚持政府引导、市场主导,从政策扶持、硬件完善、数据研判等方面积极发力,破除发展堵点。

全区立足首都平原新城定位,深入贯彻落实《提振消费专项行动方案》部署,设立区级促消费专项资金,重点扶持原创夜间场景打造、本土农产品品牌推广、特色市集运营,切实减轻商户运营压力。针对夜间出行难题,开通商圈—景区—乡村夜间接驳公交,延长公共交通运营时间;重点片区增派安保人员、环卫工人,完善夜间停车设施,全方位优化夜间消费环境。顺应新媒体传播趋势,昌平区延续“把夏天的夜交给昌平”主题宣传活动,依托短视频平台发动游客、本地博主打卡分享,依靠大众口碑扩大昌平区夜间消费影响力。

坚持业态互通,拓宽消费增长空间

单打独斗难以实现品牌创建,资源

互通、业态联动,才能释放乘数效应。为此,昌平区打破商圈、景区、乡村之间的地域壁垒,以《扩大消费“十五五”规划》为指引,抢抓消费升级机遇,不断孵化本土特色消费IP,释放城乡消费潜力,推动城市资源下沉乡村、乡土好物走进城区。

城区商圈为乡村特产拓宽销路,如崔村苹果、兴寿草莓借助LONG街夜市扩大知名度;长城文创走出景区,在商圈市集展销,让历史文化贴近普通市民;未来科学城科技企业依托夜间直播拓宽产品销路;体育赛事聚拢的人流反哺农家乐、民宿发展,各个板块互相引流、优势互补。

2025年夏天,昌平区9处重点消费区域开展20余场特色主题活动,累计接待游客1744.82万人次,带动销售额突破11亿元。如今,昌平区夜间消费已经跳出简单的吃饭购物浅层模式,沉浸式体验、互动式游玩成为主流,逐步完成从“流量打卡”向“留客消费”的转变。今后昌平区将继续依托自身资源禀赋,深耕体验式消费赛道,持续完善配套服务,孵化更多带有本土印记的爆款消费场景,不断释放内需潜力,以实实在在的发展成效服务首都高质量发展大局。



健康广州建设成效显著

民生获得感持续攀升

本报讯 推进健康中国建设,是基本实现社会主义现代化的重要基础,也是全面提升中华民族健康素质的重大国家战略。国家统计局广州调查队近期面向广东省广州市居民、医院负责人和基层医疗卫生机构负责人开展的专题调研结果显示,广州健康中国建设各项工作落地见效,民生获得感持续攀升,受访居民对全市医保服务、医疗配套、环境治理、食药保障等工作整体满意度较高。

——全域统筹推进,健康广州建设整体成效明显。广州出台系列配套政策举措,构建起政府主导、部门协同、基层落实、全民参与的健康建设工作格局,稳步推进健康服务提质、健康保障提标、健康环境提档,持续推动健康中国战略在广州落地生根、走深走实。调研显示,近五年来健康广州建设成效获群众和医疗机构广泛认可。超六成受访居民对全市健康建设整体工作表示满意。在受访医院负责人中,75.0%认为本单位在提升医疗服务水平质量、助推健康中国建设方面的工作成效较为明显。

——医疗体系不断完善,基层便民服务精准落地。广州持续完善相关医疗保障体系,不断健全各级各类分层诊疗体系,实施区域医疗卫生设施布局规划,引导优质医疗资源布局更加合理,筑牢医疗服务网络。调研显示,在公共医疗服务品类方面,受访居民主要接受过的免费基本公共卫生服务包括(多选题):预防接种(60.6%)、居民健康档案管理(58.5%)、健康教育(56.4%)等。超七成受访居民对广州整体医疗服务表示满意。

——医保体系不断完善,民生保障兜底能力增强。广州深入推进医保领域改革创新,在全国率先形成以职工基本医疗保险、城乡居民基本医疗保险为主体,职工大额医疗费用补助、城乡居民大病保险、长期护理、普惠型商业健康保险为补充,困难群众医疗救助为托底的“基本医保+补充保险+医疗救助”三重制度体系。调研显示,全部受访居民均享有医疗保险(多选题),其中,享有职工基本医疗保险的占68.1%,享有城乡居民基本医疗保险的占40.4%。医保服务的群众满意度较高,超六成受访居民对整体医疗保险情况表示满意。

——健康环境持续优化,宜居健康城市底色愈发鲜明。广州将生态环境治理与健康城市建设深度融合,聚焦饮水安全、空气质量、垃圾处理、人居环境、病媒防控等关键领域,常态化推进城乡环境综合治理,全方位筑牢群众健康生态防线,打造宜居、宜业、宜养的健康城市环境。调研显示,城市休闲健身空间持续拓展,在锻炼场所的方便程度上,45.7%的受访居民表示15分钟内可以到达,40.4%在15—30分钟之间可以到达。

——食药监管从严从实,群众饮食用药安全有效保障。食品药品安全是公共健康安全的第一道防线,直接关系到群众身体健康和生命安全。广州市强化食品药品安全监管,健全信息公开机制,严厉打击违法行为,筑牢群众健康防线。调研显示,近八成受访居民对当前食品安全状况、药品安全状况、食药安全监管力度、食药安全信息公开、食药安全投诉渠道等方面表示满意。

徐泽洲

经济速递

内蒙古工业绿色低碳高质量发展服务平台上线

本报讯 近日,由内蒙古自治区特种设备检验研究院筹建的内蒙古工业绿色低碳高质量发展服务平台(以下简称服务平台)上线运行。作为内蒙古首个覆盖“算碳、认碳、管碳、降碳”全流程的公益性数字化服务载体,该平台的上线标志着内蒙古工业碳管理从分散、手工、经验式的旧模式,迈入集成、智能、标准化的新阶段。

服务平台结合内蒙古产业特点搭建8大类优势产品专属碳足迹核算模型,把以往数月的核算时长缩短至3个工作日,有效降低企业经营成本。系统对接国际通用碳排放核算标准,可完整盘查企业全维度碳排放数据,既能满足企业日常核算要求,也能为企业编制绿色发展报告。

据介绍,服务平台的核心定位是“数字化公共服务”——以国家工业信息主管部门互联网信息服务备案的公信力为背书,以开放共享的数字化基础设施为手段,大幅降低企业碳管理的门槛和成本。服务平台打通全国碳市场信息渠道,帮助企业盘活碳资产、转化减排收益,专门设置碳关税综合服务板块,整合政策解读、税费测算、申报指导等功能,减少企业涉外贸易风险。

李国萍

福建四类科研机构可享支持科技创新进口税收优惠

本报讯 《福建省“十五五”期间享受支持科技创新进口税收优惠政策科研机构名单核定办法》近日印发,通过落实税费减免政策,降低科研设备、实验耗材和教学用品进口成本,减轻科研主体创新压力,助力全省科技创新与产业提质升级。

该办法自2026年1月1日至2030年12月31日实施,明确四类可享受优惠的科研主体,涵盖当地省市级科研院所、省级转制科研院所、科技类民办非企业单位类新型研发机构以及事业单位类新型研发机构。

为方便机构申报、规范政策落实,全省每年开展两次集中核定工作。上半年申报窗口期为1月1日至1月31日,3月底前完成核定;下半年申报时间为8月1日至8月31日,10月底前办结公示。2026年首批核定名单自当年1月1日起生效,后续批次自核定函印发20日后执行,所有获批机构优惠期限统一截至2030年12月31日。

赖志昌

云南将积极推进从“茶叶大省”向“茶叶强省”跨越

本报讯 日前,云南省茶叶流通协会发布《2025年云南省茶叶行业发展报告》,明确提出2026年是云南省茶叶流通协会发力破局之年,协会将凝聚各方力量,通过坚持绿色发展、拥抱新茶饮、推进标准化建设等措施,努力推进云南从“茶叶大省”向“茶叶强省”跨越。

协会相关负责人表示,将引导茶企走出“只做传统名优茶”的舒适区,提高烘青绿茶、白茶等新式茶饮原料的供应能力,主动拥抱霸王茶姬、农夫山泉等头部品牌,让云南好茶进入年轻消费者的茶杯;这是为顺应市场之变,也是为云茶寻找增量空间。

据介绍,协会将依托云南茶叶评价检测溯源中心,持续完善“年份普洱茶”等团体标准体系,为产品赋予“一品一码一档”,用科技手段提升消费者信任度,让每一饼茶都有据可查、有源可溯。同时,赋能电商规范化发展,引导直播带货等新业态健康生长。

廖兴阳