

县域消费热标注城乡融合新高度

张 晓

县域消费市场强劲复苏,需求多元化期待供给多样化、品质化,消费提质扩容对县域消费环境提出更高要求。要高度重视县域消费市场,在推动以县域为重点的城镇化建设中,让县域消费热起来,为乡村全面振兴和新型城镇化添柴助力。

的一个重要变化。县域消费规模在扩大,结构也在转型优化。县城的消费者不满足于基础性消费,而是将视线转向了发展型享受型消费和服务消费。新业态、新模式、新品牌在县域消费的沃土上生根发芽:影院娱乐、新茶饮、快时尚、母婴连锁等消费业态不断落地;直播电商、即时零售也在加速融入;品牌生鲜店、连锁餐饮店入局下沉市场,人们在家门口就能“买买买”“吃吃吃”;量贩式零食店如火如荼,以种类丰富、价格亲民的优势,吸引着一波又一波的消费者……越来越多的商业力量为县域消费提质扩容增添动力,满足着消费者对潮流、健康、便利、多元和高品质的追求。

消费提质扩容,对县域市场的消费环境

提出更高要求。县域消费市场不断扩大,而市场监管却没有“水涨船高”,监管机制不完善、监管力度不够等成为县域消费市场的一个明显短板,对县域消费市场的良性发展提出挑战。一方面,这会降低企业对下沉市场营商环境的信心,不利于企业在县乡地区投资兴业。另一方面,也导致质量不过关的产品流入县乡市场,影响消费者购物体验,挂伤消费热情。无论在供给端还是需求端,推动县域消费市场高质量升级,把好市场监管这道关十分重要。这就要求进一步优化县域市场监管体系,创新监管方式,加大监管力度,推动政府、企业和消费者共同为营造良好的县域消费环境献智出力。

畅通物流双向流通,让优质产品进入

村。这些年,路网建设日益完善,现代流通体系建设逐步推进,县与城之间的经济循环愈发通畅。但是,在乡村仍然存在农民家“最后一公里”是土路的情况,优质产品不好进、不好出的情况还有发生。物流成本高企也会影响农民增收与消费,不利于农村经济的发展。要推动县域消费持续发展,农村面临的这些堵点就得尽快疏通。一方面,持续完善农村路网等基础设施建设,让农产品运得出,让消费品下得去。另一方面,进一步完善农产品流通体系建设,提高冷链流通效率,让农产品运得更快,并强化农产品产销对接,让农产品走得更远。“酒香也怕巷子深”,优质的农产品想要走出县乡、走向更大的市场,还需要抓住直播电商这个麦克风,培育“土特产”电商品牌,打造电商直播基地,加强专业培训提升农人直播带货技能,从而为优质农产品加流量、增销量。

春节期间县域市场的火热,展现着县域消费的蓬勃动力,也标注着城乡融合发展的新高度。我们要高度重视县域消费市场,让县域消费持续热下去,为乡村全面振兴和新型城镇化添柴助力。

近期,国务院办公厅印发《关于进一步培育新增长点繁荣文化和旅游消费的若干措施》,提出“创新发展研学旅游”“鼓励具备研学旅游资源的各类单位提供优质资源,丰富研学旅游供给”。作为一种乡村文旅新业态,乡村研学旅游既能为教育提供独特的载体,也能为乡村发展注入新资源,推动农业旅游与文化教育深度融合。

近年来,我国研学旅游产业迎来快速发展。数据显示,研学市场规模在2023年达1469亿元,预计2026年将达到2422亿元。在这一过程中,乡村地区以其原生态的自然地貌、深厚的历史文化,以及独特的农业乡土资源,为设计研学课程提供了丰富的“工具箱”和宝贵的“基因库”,形成了重庆沙坪坝田园研学、云南墨江非遗研学、浙江余东农民画研学基地等一系列“明星”研学基地,以“农业+研学”“文化+研学”的特有模式,为乡村全面振兴注入了新动能。

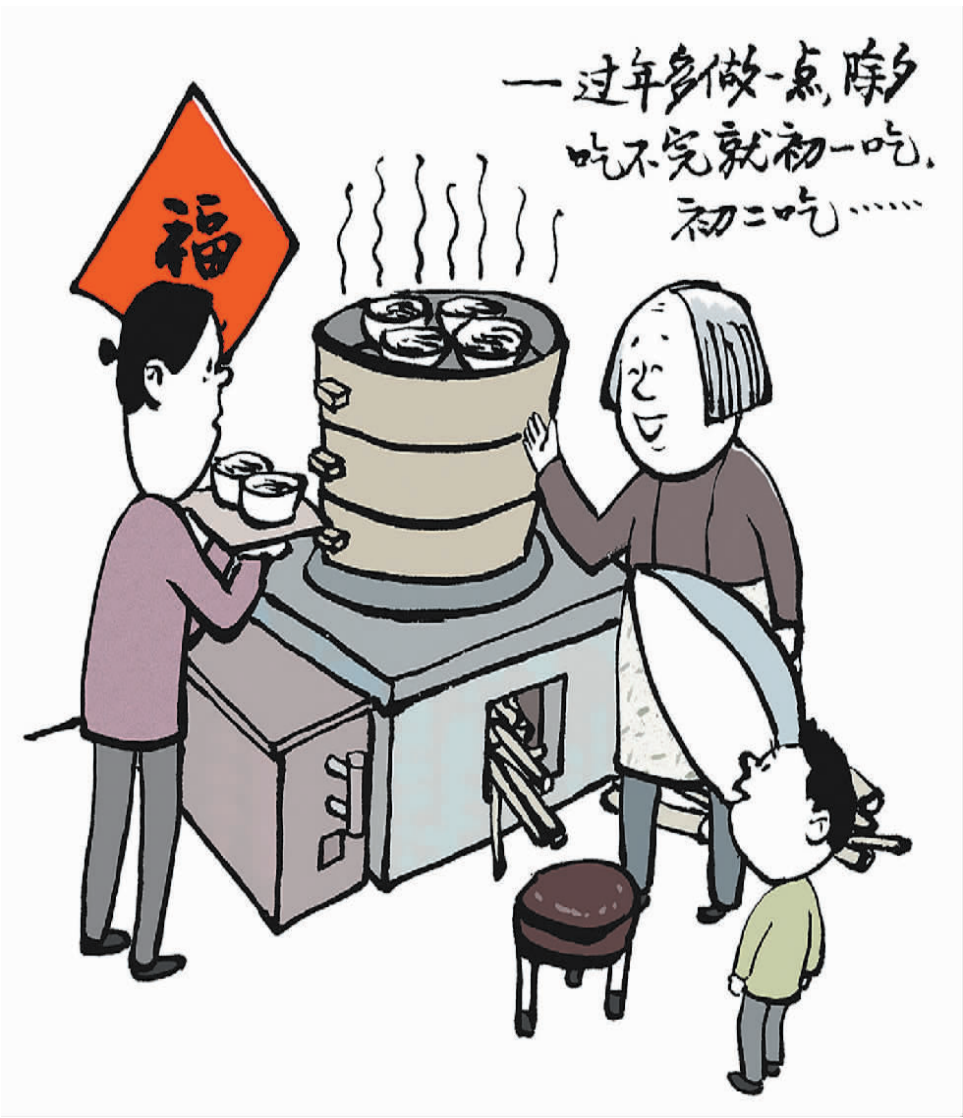
乡村研学旅游的发展,离不开政策支持。文化和旅游部2023年发布《国内旅游提升计划(2023—2025年)》,2024年印发《关于促进旅行社研学旅游业务健康发展的通知》,研学旅游产业在政策指引下不断发展并走向规范。聚焦乡村研学旅游,2023年农业农村部发布的《关于落实党中央国务院2023年全面推进乡村振兴重点工作部署的实施意见》和国家发展改革委发布的《关于恢复和扩大消费的措施》,均将研学旅游作为乡村发展的新产业新业态,鼓励在乡村发展研学基地,打造研学旅游等新业态;文化和旅游部与中国银行联合发布的《关于金融支持乡村旅游高质量发展的通知》还明确提出,要重点支持乡土研学,加强对研学基地的研究。

也要看到,部分乡村研学产品还停留在挖红薯、割水稻、掏鸡蛋等初级层面,千篇一律,缺乏在地特色;部分乡村提供的研学产品缺“研”少“学”,高水平的研学教师和合理的课程设计还很缺乏;部分乡村的研学产品在餐饮和住宿等服务配套上仍显不足,旅程的舒适度与安全性有待提升。对此,需从多个角度入手,优化提升乡村研学旅游的产品供给。

挖掘乡村资源,打造有特色的乡村研学基地。基层政府应结合乡村振兴战略和旅游业发展规划,制定乡村研学发展规划,分类分区编制乡村研学产品规划,优选打造研学特色村,建设一批研学旅游重点村,科学引导乡村研学发展,避免同质化和无序竞争。应组织专家学者和当地村民共同挖掘乡村的自然资源与人文资源,因地制宜发展自然风光、历史文化、民俗风情、农业产业等特色研学产业,并结合农业生产周期和自然季节变化,因时制宜设计季节性的研学活动。

提高课程质量,形成高质量的乡村研学课程。引导各乡村及相关企业拓展研学发展思路,结合农事体验等新业态开发具有鲜明地域特色、理论价值、实践价值的研学课程。鼓励当地高校教育、农业相关专家及中小学优秀教师、文旅产业人士加强对乡村研学基地的专业指导,根据教学规律科学设计乡村研学项目,帮助乡村研学教师提升教学能力。建立健全乡村研学评估机制,加强学校与研学基地之间的交流合作,充分利用专业资源,定期针对研学项目的研学交流、课程设计等方面开展评估,建立黑白名单。

完善配套设施,构建全方位的乡村研学体系。加大对乡村研学旅游基础设施的投入,建设完善的研学基地、实践教学设施、游客服务中心等,改善乡村的交通、住宿、餐饮、卫生等条件,提供更良好的研学环境。鼓励高校和职业院校开设相关专业和课程,培养乡村研学专业人才,通过举办培训班、研讨会等方式,加强对研学旅游从业人员的培训,提高从业人员综合素质和服务水平。建立健全服务质量监督管理机制,规范服务流程,制定完善的安全管理机制和应急预案,加强对研学旅游活动的安全监管,确保学生在研学旅游过程中的安全和舒适。



王 铎作

别让剩饭成“假日特产”

春节聚餐是国家团圆、朋友欢聚必不可少的温馨时刻。然而节后的剩饭剩菜也成了“假日特产”。近日,“春节平均每家产生近2kg剩饭剩菜”上了微博热搜,“做一顿吃三天”成了不少家庭的常态。年夜饭和春节期间的饭菜丰盛程度,往往被视为对节日的重视、对生活的热爱以及对家人和客人的热情款待。饭菜有剩余,寓意“年年有余”,也承载着人们对未来美好生活的祈愿。但从健康养生角度出发,食用剩菜剩饭对身体健康不利,可能引发健康风险。大量剩菜剩饭无疑造成了食物浪费,也给环境带来负担。由此,需指导在传承传统文化的同时,积极主动构建新的节日理念,避免过度准备食物,减少剩菜剩饭的产生,让春节餐桌更健康、更环保。

(时 铎)

坚持法治思维优化营商环境

李 苑

近日,全国多地召开“新春第一会”,明确全年发展目标与工作重点,为新一年的高质量发展谋篇布局。不少地方将优化营商环境作为今年政府部门的工作重点,比如,《上海市聚焦提升企业感受 持续打造国际一流营商环境行动方案》将“提升企业感受”直接写入标题,凸显了优化营商环境的决心。

营商环境的优化对于激发市场活力、增强发展内生动力具有至关重要的作用,它不仅是推动高质量发展的必要条件,更是建设高水平社会主义市场经济体制的重要基石。不过,在改革推进和政策执行的过程中,要警惕“为优化而优化”的倾向。不能将优化营商环境简单等同于数据指标提升,通过减少审批事项数量、时限压缩等追求形式上的便利,而忽视实质性服务改进。比如,有的地方将多个审批环节打包成一个,实际办理流程并未简化;有的地方片面追求“即时办结”,不惜降低审核标准,导致后续监管缺失;等等。这些做法虽然在表面上优化了指标,却未能真正解决企业的痛点难点问题,甚至损害企业的长远利益,可能引发系统性风险。

不能将“提升企业感受”简单等同于“满足企业所有要求”,无原则迁就。比如,有的地方为了招商引资,不惜突破政策底线,给予特定企业过度优惠,严重破坏了市场规则;有的地方在税收政策上随意开口

近日,中国人民银行、国家金融监督管理总局、最高人民法院、国家发展和改革委员会、商务部、国家市场监督管理总局6部门就《关于规范供应链金融业务 引导供应链信息服务机构更好服务中小企业融资有关事宜的通知》向社会公开征求意见。《通知》聚焦应收账款电子凭证(以下简称“账款凭证”)等供应链金融业务,以提升金融服务实体经济质效、保障中小企业合法权益、规范相关供应链金融业务发展为立足点,对商业银行、供应链信息服务机构、供应链核心企业等提出系列规范化管理措施。

近年来,在供应链金融创新发展的背景下,一些金融机构、核心企业和第三方科技公司等,通过搭建供应链信息服务系统,支持供应链核心企业开立账款凭证,用于供应链上企业应收账款确权、结转和融资,受到了供应链企业的欢迎。账款凭证业务的发展,一定程度上契合了企业商业活动中的实际需求,在提升中小供应商收款保障及融资可得性等方面发挥了积极作用。

但随着供应链金融的发展,一些潜藏的问题和风险也逐渐凸显。相关业务开展情况处于监管盲区;部分核心企业脱离行业实际及风险承受能力,不合理扩大凭证使用规模、延长付款期限;部分经营主体面向中小企业收费过高过滥;供应链信息服务系统缺乏必要的设立标准和管理规范;

规范供应链金融助力补链强链

规范性文件,有助于促进供应链上下游协同共赢发展,提升金融服务实体经济质效。

相关规定有利于引导供应链核心企业及时支付账款,减少针对中小企业的高收费、滥收费行为,进一步缓解中小企业融资难、融资贵等问题。为加强中小企业付款保障,防止利用应收账款拉长账期,《通知》要求,应收账款电子凭证付款期限原则上应在6个月以内,最长不超过1年。同时明确,供应链核心企业要及时支付中小企业款项,不得利用优势地位拖欠中小企业账款,或不当增加中小企业应收账款。这将引导供应链企业在加强现金即期支付的基础上,合理、适度采用票据、应收账款电子凭证等延期付款方式,切实强化中小企业权益保障。

《通知》还提出,上海票据交易所将组织应收账款电子凭证业务信息归集,开展统计监测分析。相关业务监测及管理体系框架的建立,有利于推动商业银行、供应链信息服务机构、供应链核心企业等有关经营主体在行政监管、行业自律的多重引导下,进一步规范供应链金融创新发展,为促进供应链产业链稳定和优化升级发挥积极作用。

在这一规范性文件的基础上,相关部门还须加强监管协同,共同推动供应链金融有关规范的制定、细化和落实,以更有效地保障中小企业的权益,推动供应链金融健康有序发展,为中小企业提供更加稳定和可持续的融资支持。

年货如何实现四季旺销

覃皓璐

新年新气象,年货消费旺。据统计,春节期间,全国重点零售和餐饮企业销售额同比增长4.1%,网上零售额同比增长5.8%。春节期间,消费者囤年货、换新品,也正是商家推介产品、赢得口碑的黄金档。好年货的本质就是好产品,如何让红红火火的年货产品从“节庆限定”变成“四季旺销”,值得商家思考。

过去,年货范围较窄,集中在食品、服饰等基本生活用品范畴,每逢春节等重大节庆才会商品云集、福利满满,人们囤年货既为了喜庆热闹,也图个经济实惠。如今,经济社会高速发展,居民收入增长、消费观念转变,各类电商节、折扣日轮番登场,全年都像“过大年”。消费者对年货的需求不再满足于物质层面,更注重其品质、文化内涵与个性化体验,更愿意为提升生活质量、传递文化价值的好产品买单。为此,商家应在持续优化产品和服务的基础上,与时俱进打造更多年货消费新场景,更好满足消费者新需求,为好年货打通全年畅销的新路径。

拓展多元化的消费场景,是延续年货消费热度的关键。曾经,买年货得在线下人挤人、人抢货,随着大数据、人工智能对电商平台的赋能,“云赶集”

“货找人”成为常态,消费者也期待以更加丰富有趣的方式买年货。比如,“2025全国网上年货节”通过线上线下相结合的方式,打造数实融合的消费新场景,截至1月24日实现全国网络零售额7000亿元的突破。今年春节,电影院、旅游景区也与年货消费加强联动,“跟着电影品美食”等跨界联动活动,巧妙地将文旅消费场景与年货展销互动相结合,营造出更具体验感和趣味性的年货消费场景,让好年货登上了更广阔的舞台。商家应抓住春节期间年货销售机遇,将优质新品融入春节消费场景,激发消费者在不同场景下复购该类产品的热情,让好年货不光过年火。

年货消费要突破“春节档”,得让消费者为好年货念念不忘。无论市场如何变化,无论是节日还是平日,买到称心如意的好产品,始终是消费者的心愿。当前,消费者对于年货中年味儿的追求,已从单纯的货物囤积,转向对文化价值与情感共鸣的追寻。仅仅是给产品贴上年货标签,却忽略对产品本身品质和文化价值的追求,这样的年货只能昙花一现。唯有目光长远、打造精品、赢得口碑,才能让年货超越节庆周期、实现长久盈利。比如,北京稻香村将传统糕点工艺与现代健康理念融合,在推出低

糖系列产品时融入北京中轴线等文化元素,既成就了消费者喜爱的年货佳品,也为老字号注入了新活力。即便过了春节,这样的精品年货依旧能保持热销。

进一步畅通国内外消费渠道,让更多中国年货成为世界好货。全球日益完善的物流体系,让各国特色产品不断丰富中国人的年货“购物车”。数据显示,智利车厘子、泰国榴莲等进口水果,成为多个电商平台的年货“销冠”。“春节”申遗成功,也让各国消费者对来自中国的年货越来越关注,为年货消费带来新机遇。超2500个海外仓构建起全球供应链,为中国年货“全球买、全球卖”打下了坚实基础。浏阳烟花、义乌春联以及各地非遗文创在国际市场热销,越来越多与春节相关的海外年货订单背后,是我国经济实力与文化影响力的提升。企业须强化品牌意识,凭借优质的质量和服务树立国际口碑,推动物美价优的年货成为经济发展、文化交流的有力载体。

买年货既是欢庆春节的老传统,也是消费提质扩容、文化传承发展的新契机。认识到这一点才能抓住机遇,让更多好年货的旺销不止步于“春节档”。