

市场瞭望

扩大消费要做好加减法

消费作为经济增长的重要引擎,其活力释放始终与居民收入水平紧密相连。要让“引擎”真正轰鸣起来,关键在于抓好“切实增收,真正减负”这8个字。此前,中办、国办印发的《提振消费专项行动方案》就将“增收减负提升消费能力”置于突出位置,通过城乡居民增收促进行动构建多元增收体系,为扩大内需注入源头活水。这既是应对经济周期波动的务实之举,也让老百姓手里有钱、心里不慌,放心大胆去消费。

消费的源头活水,是增收。对绝大多数人来说,增收主要增的是工资性收入。国家统计局发布的《“十四五”以来社会民生统计报告》显示,工资性收入作为居民收入的核心支柱,2024年已占全国居民人均可支配收入的56.5%,其稳定增长直接决定消费能力的大小。如何促进工资性收入合理增长,夯实消费基础?答案藏在“稳就

业”与“涨工资”两个关键环节中。一方面,要千方百计稳住就业大盘,老百姓的饭碗稳了,收入来源才有保障。另一方面,涨工资要有实感。追求居民收入的实际增长,让银行卡里的数字稳步增加,需要推动建立更合理的工资增长机制。目前,一些地区对接市场需求,通过落实技能人才薪酬指引,城镇从业人员平均工资实现两位数增长。不少地方还通过健全最低工资标准调整机制,让基层劳动者分享到发展红利。收入上来了,人们的消费底气才会更足。

除了工资性收入,拓宽财产性收入渠道,同样是增加居民收入、提振消费信心的重要途径。当前,我国居民财产性收入占比仍有较大提升空间,这既是挑战,也是潜力所在。正在推进的资本市场改革举措,通过打通社保基金、保险资金等中长期资

金入市堵点,不仅稳定了资本市场预期,更通过财富效应让居民共享经济发展成果,进而提振消费信心。但要让居民财产性收入从“可有可无”变为“稳定可期”,还需在保障投资安全和丰富投资产品上下功夫。相关部门应进一步完善资本市场监管体系,为居民投资保驾护航;同时,丰富适合个人投资者的债券相关产品品种,让普通投资者能够通过理财、股息等方式获得稳定回报。当居民拥有更多元、更稳定的财产性收入来源时,消费升级的步伐也会随之加快。

仅靠开源增收还远远不够,减负到位,才能让消费真正“跑起来”。当前,不少居民并非没有消费需求,而是因为存在诸多生活顾虑,导致“不敢消费”。要打消居民的消费顾虑,就需要精准破解教育、医疗、住房、养老等领域的民生难题。在教育方

面,应提供更多优质且普惠的教育资源,减少家庭在教育上的过多投入;在医疗方面,要继续深化医疗改革,降低“一场大病,掏空全家”的风险;在住房方面,要加大保障性住房和长租房供给,规范房地产市场秩序,缓解年轻人的住房压力;在养老方面,要完善多层次养老保险体系,提高基本养老金水平,减轻“养老焦虑”。当居民对未来生活有了稳定预期,消除了后顾之忧,才会愿意把钱花在下馆子、买新衣、换家电、去旅游上,让生活充满更多色彩与乐趣。

无论是增收还是减负,都需要用务实管用的措施为消费扩容提供坚实支撑。唯有让增收成果真正转化为民间的、自发的消费意愿,才能构建起需求牵引供给、供给创造需求的良性循环,为经济高质量发展注入不竭动力。



商圈焕彩

光影点亮城市活力

本报记者 韩秉志

“老板,来一杯冷萃拿铁,再加个可颂。”“好嘞!”

夜幕降临,位于北京市朝阳区的亮马河国际风情水岸人头攒动,这样的对话时有发生。沿河步道的咖啡车、甜品摊、露天酒吧次第亮灯,灯影交织成柔和的流动色带。摊主们忙着调饮、烤串、售卖文创小物。年轻人围坐在长椅上聊天,小朋友追逐着水面上映出的光影。这里成为北京夜晚极具生活气息的一道风景线。“我们每晚都来这边转转,喝杯东西,看看夜景,感觉心情都亮起来了。”住在附近的居民赵杨说。

统计显示,今年1月至8月,朝阳区社会消费品零售总额达到1702.8亿元,占全市20%左右,夜间经济成为其中的重要组成部分。在空间布局上,朝阳区着力打造世界级消费地标,构建“一纵一横一核”消费版图。目前全区商业综合体超百个,高品质商圈及“夜京城”地标占全市近一半。

近日,随着“魔方”灯光装置启动,2025北京朝阳国际灯光消费季在朝阳公园贝壳剧场开启点亮仪式。一场跨水域、跨空间的沉浸式光影盛宴,为北京的金秋夜色添上亮眼的一笔。当夜色被灯光点亮,河畔响起阵阵惊叹。闪光灯与笑声交织,构成亮马河文化经济带的璀璨时刻。作为首批国家级夜间文化和旅游消费集聚区,这里已成为北京游客最密集的夜晚地标之一。

在亮马河与朝阳公园构成的“一河一园”主线上,多项首秀首演惊艳亮相:北京首个水上光影漂浮舞台“魔方”、首个水岸声光社交空间“孤独星球”、跨水域空中光影表演“飞跃蓝湖”等,将水面、岸线、楼体与光影艺术融为一体,营造出立体沉浸式的夜游场景。市民游客在公共区域还可免费欣赏《天鹅湖》《漂浮歌后》及昆曲、交响乐等特色演出。“第一次看到这样的表演,很震撼。光影艺术装置和演出仿佛把人带进童话世界,既梦幻又治愈。”观看灯光秀的游客陈思然说。

在朝阳区的另一处地标——奥林匹克中心区,以“荣耀共振”为主题的山、水、塔、轴“四秀”同样吸睛。奥林匹克塔化身360度光影载体,与奥森“山秀”、奥海“水秀”、中轴北延长线奥森南门广场“轴秀”呼应,形成光影联动的城市景观。塔身灯光随音乐节奏变换,吸引不少游客驻足观看,拍照留念。

“这场演出不仅是一场灯光秀,更像一次艺术与科技的对话。”朝阳文旅集团策划运营负责人朱梦娇介绍,与往届相比,今年的灯光消费季更注重“灯光+消费场景”的融合。在活动期间,近百场“光影+”系列活动陆续上演,涵盖音乐会、艺术展、美食节、运动嘉年华等多种形态。

为打造更好的沉浸式光影体验,亮马河游船“追光线”“寻光线”上新,游客能在观赏光影秀的同时,沿岸打卡“逛吃”市集。备受期待的面包节、咖啡疗愈派对、美味时刻光影

嘉年华等活动陆续登场。

除欣赏灯光外,许多白天忙碌完的人们将购物放在夜间。记者注意到,河畔新开的“朝阳公园北湖艺术季”集合了咖啡、手作、轻食、音乐表演等多元业态,吸引大批年轻人打卡。入夜后,随着光影秀上演,人们或坐游船观景,或在岸边露台小酌,整条河带呈现出“水光共生、夜景共赏、文艺共享、文商共融”的生动图景。

“朝阳区以灯光消费季为主线,推出多元光影场景和文商旅体系列活动,旨在串联文化、商业、旅游、体育等要素,通过场景重构、业态创新和资源共享,构建夜间消费新图景,不断增强群众的获得感、幸福感。目前,朝阳区正全力构建高品质、强供给、全场景的消费生态环境,打造消费活力之城。”北京市朝阳区商务局副局长王仁清表示,本届灯光消费季已是第三年举办,2024年以“AI聚朝阳”为年度主题,亮出“商务+科技”双轮驱动成果,重点商圈吸引客流量超1200万人次,实现销售额28亿元,同比增长5%。

未来,朝阳区将着力打造国际化消费名片,加快建设美食、茶香、咖啡、时尚之城,并持续打造国际光影秀这一夜景区文旅新IP,展示现代、国际、时尚、开放的城市形象,持续激发消费潜力,释放城市活力。



市民在DBe's大白俄俄餐烧烤西餐厅平顶山黄金海岸店就餐,享受轻松用餐时光。

李 颖摄(中经视觉)

“喜剧节限定套餐‘笑发财’‘彪得福’‘紫定星’太有青岛特色了!萌萌的‘黄逗菌’钥匙扣、帆布袋设计也很吸睛,我们都入手了。”青岛市民刘铁珂和朋友一边拍照打卡富有青岛老城韵味的里院天井式建筑,一边饶有兴致地解锁各种“黄逗菌”周边。

黄逗菌全国首店“HDJ and FLOWER FRIENDS”以青岛百年建筑里院为依托,融合咖啡饮品、甜品以及文创周边,自第二届青岛里院喜剧节开幕后,开业即迎“高光”,吸引众多市民游客前往探店打卡。

近几年来,脱口秀、即兴喜剧、漫才等新兴喜剧形式层出不穷,深刻改变了年轻人的情绪表达模式与消费方式,越来越多的人愿意为欢乐买单,“欢笑经济”市场空间广阔,快乐消费新风潮迭起。青岛里院喜剧节以“在地文化+喜剧艺术”的创新模式收获广泛关注,汇聚20余支先锋喜剧厂牌、数十部特色剧目及近百场特邀演出,以场景化、体验感的限定喜剧街区吸引全国客流,演出票销售火爆。

“好想去青岛上街里偶遇明星!”来自江苏的年轻人赵凝早早地在各类社交媒体上做好了攻略,“听同学说去年非常热闹,今年打算组团去欣赏。”

抓住年轻消费力的“未来增量”,帮助青岛抢抓喜剧产业发展东风,为老街区注入新能量。许多年轻人表示,尽管线上有很多喜剧节目可供选择,但他们还是更喜欢线下体验与互动。“现场观众大多是同龄人,大家的笑点常常产生共鸣。”青岛市民王钰说,“以即兴喜剧为例,演员抛出的梗和段子具有当地特色,互动性强,能产生很强的磁场。”

据了解,第二届里院喜剧节开幕仅3天,进入景区的客流量就达87万余人次,单日最高客流量达35.71万人次。里院喜剧节不仅推动了喜剧产业的聚合发展,让承载城市记忆的老街巷重焕生机,更将热度持续转化为消费动能,为商圈带来消费流量,带动周边餐饮、零售、住宿等业态销量走高,为城市商业注入新活力。

在本届喜剧节主场水龙池子对面,开业不到一个月的人民咖啡馆已经成为新晋“网红”。店员介绍,作为该品牌在山东的首店,该店单日客流量过千人次,爆款产品卡布其诺日销量达几百杯,啤酒、青岛茶缸冰淇淋等具有本地特色的饮品也广受欢迎。

“喜剧节的带动效应十分显著。即便在国庆中秋长假到来之前的旅游空档期,我们也基本满房,超过一半都是来观看喜剧节的年轻客群。”青岛紫晋民宿店长郭创新表示。

里院喜剧节通过“文化解码+体验设计”重构消费场景,进一步拓展活动版图至沿海区域,升级互动玩法打造沉浸式文旅场景体验,让游客从“看热闹”转向“深度游”,助力“欢笑经济”持续升温,为城市文化和商业活力再添一把火。

喜剧节的欢乐联动模式大大拓展了消费的边界,“看场戏、逛条街、住几晚、吃大餐”成为年轻客群的体验方式。为持续增加城区吸引力,近年来,青岛老城区结合多元场景营造、文化记忆重塑等打造新场景、新业态,让建筑“活”起来,打好“欢笑经济”这张牌,让喜剧热潮不仅限于娱乐,更成为新的城市文化现象。这些流量也让上街里的众多老字号焕发新生。喜剧节期间,拥有百年历史、号称老青岛“四大名楼”之一的顺兴楼再度开业,解锁历史城区新体验,拉满消费活力值。“顺兴楼是地道鲁菜的代表,在这用餐能感受到浓厚的历史底蕴和鲁菜魅力。”老青岛人孟帆说。

老字号王姐烧烤、双合园、艺峰阁等销量激增,劈柴院、巧克力博物馆等处人头攒动,青岛特产钙奶饼干、流亭猪蹄、文创冰箱贴等成爆款伴手礼……喜剧节全面激发消费活力形成长尾效应,正逐渐蜕变为促进消费升级、赋能区域经济的流量引擎。

本版编辑 孙庆坤 美 编 高 妍

首店经济成功引流

本报记者 夏先清 杨子佩

初秋的中原大地透着凉意,而位于城市核心商圈的河南省平顶山市新华区黄金海岸CityPark商业街烟火气升腾,成为秋日里最具活力的消费新地标。开业不久的DBe's大白俄餐烧烤西餐厅平顶山首店,凭借地道俄式风味与高颜值装修风格,成为当地市民争相打卡的新宠。

午餐高峰时段,只见取餐区排起长龙,厅内座无虚席,浓郁的俄式风情扑面而来:墙面挂着复古俄式油画,搭配碎花餐布的银质餐具精致典雅。家住宝丰县的市民王萌萌手持取号单,一边欣赏店内装饰一边说:“之前在郑州吃过一次俄式菜就念念不忘,听说平顶山开了首店,特意带家人来尝鲜。”光是拍照发朋友圈,她就收到了十几个朋友的咨询,“这热度确实超出预期”。

谈及经营情况,大白俄餐厅平顶山黄金海岸店负责人张哲难掩欣喜:“自开业以来热度就没降过,国庆中秋双节期间日均接待量超700人次,高峰时段顾客要排队3个小时以上。”

在消费升级浪潮中,“首”字成为衡量区域商业活力与消费潜力的重要风向标。新华区精准把握市场趋势,将首店经济作为激活消费新动能的关键突破口,通过主动对接、精准引进,推动一批具有影响力的首店、旗舰店落地生根。

走进黄金海岸CityPark商业街,除大白俄餐厅外,星城糖水铺、星巴克、德庄火锅等知名品牌首店、旗舰店密集布局,凭借创意产品与话题属性自带流量,成为吸引消费者的“强磁石”,为区域消费市场注入源源不断的新鲜活力。

首店的火爆,不仅点亮了自身经营版图,更形成了辐射效应,带动周边业态共同繁荣。“最近到店的顾客里,三成是来大白俄餐厅吃饭的年轻人,他们趁着等餐时间来玩游戏、拍视频,小店销售额环比增长了15%。”紧邻大白俄餐厅的电玩商家坦言。

这种“首店引流、周边受益”的良性循环,正是新华区发展首店经济的初衷所在。今年国庆中秋双节期间,在首店经济的强劲拉动下,黄金海岸CityPark商业街日均客流量突破2.5万人次,周边餐饮、零售、休闲等关联业态销售额同比增长超30%。“首字牌”已然成为拉动区域消费的核心引擎。

引来首店只是第一步,更要留得住客流、转化成“留量”。首店经济的持久活力,离不开业态创新与场景升级的双重赋能。

在黄金海岸CityPark商业街烟火巷,“天天有好戏、周周有活动”演出节目常态化开展,魔术的奇幻互动、民谣的温情演绎、快板的文化韵味,将文化元素与消费场景深度融合,有效延长了游客停留时间;针对青年群体

的消费需求,吸引潮流文创市集、沉浸式艺术展览、夜间休闲派对等新业态入驻,构建覆盖“吃住行游购娱”青年社交生态圈,推动消费者从“单次打卡”转向“多次复游”,实现从“流量吸引”到“消费沉淀”的关键跨越。

首店经济的蓬勃发展,背后是政策护航与优质服务的坚实支撑。新华区中兴路街道坚持党建引领推动基层治理与经济发展深度融合,精准对接品牌首店的入驻需求,配套推出租金减免、经营扶持等专项政策,为首店“留得住、发展好”提供有力保障。

“我们的目标是把商业街打造成集生活居住、创业发展于一体的青年双栖港湾。”新华区中兴路街道党工委副书记王占杰表示,以首店经济为纽带,满足青年群体多元化消费需求,吸引更多青年人才就业创业,实现区域经济发展与青年人才集聚的双向赋能。

如今,随着首店经济的持续深耕,黄金海岸CityPark商业街已从单一商业街区蜕变为多元融合的消费新地标。新华区将在打好经济“首字牌”上持续发力,通过不断优化消费供给、创新消费场景、完善服务保障,进一步释放消费潜力,为城市经济高质量发展注入更强劲、更持久的动能。