

湖北省图书馆“两会”专题文献信息

# 信息参考

## 综合施策大力提振消费

湖北省图书馆信息咨询部编

2025年1月14日

---

高层动态 .....	1
理论观点 .....	2
大力提振消费须综合施策 .....	2
聚焦关键领域大力提振消费 .....	5
以稳就业为核心，三策齐下提消费 .....	7
促进消费增速增量向稳向好 .....	9
各地实践 .....	12
广东广州：提振消费放大招广州打出组合拳 .....	12
四川成都：政策发力消费市场“热”潮涌动 .....	14
上海：“文博热”升温点燃文化消费热 .....	17
江苏：走入 2025,江苏深化文体旅联动提振消费 .....	19
广西：生活焕新,提振消费市场 .....	22

## 高层动态

要以提振消费为重点扩大国内需求，经济政策的着力点要更多转向惠民生、促消费，要多渠道增加居民收入，增强中低收入群体的消费能力和意愿，把服务消费作为消费扩容升级的重要抓手，支持文旅、养老、育幼、家政等消费。。

——中共中央政治局召开会议分析研究当前经济形势和经济工作审议《整治形式主义为基层减负若干规定》中共中央总书记习近平主持会议

（摘自：《求是》2024年7月31日）

会议确定，明年要抓好以下重点任务。一是大力提振消费、提高投资效益，全方位扩大国内需求。

——中央经济工作会议习近平发表重要讲话

（摘自：《人民日报》2024年12月13日）

加快推动扩投资、促消费、抢外贸“三维发力”，抢抓“两新”政策机遇和岁末年初黄金期大力提振消费。

——王忠林主持召开省委常委会会议严管严治 打好反腐败斗争攻坚战持久战总体战加压奋进 全力实现一季度“开门红开门好”

摘自：《湖北日报》2025年1月10日）

# 理论观点

## 大力提振消费须综合施策

### 一、多渠道增加居民收入

消费是居民收入的函数。从根本上说，提振消费需要从根本上提高居民收入水平。只要居民收入水平上去了，消费的扩大就是自然而然的事。因此，要多渠道增加居民收入。对于多数人来说，居民收入的主要形式是劳动收入，那么，就业在增加居民收入中就扮演着极为重要的角色。落实就业优先政策，创造更多的就业机会，让居民通过就业得到更多的劳动收入，从而为消费的提振提供最根本的支持。消费和投资并不一定互斥。在一定意义上，二者是互补关系。投资创造就业机会，增加供给，前者提供劳动收入，后者为消费需求的满足提供支持。高质量发展意味着更多的高附加值就业机会，意味着更为丰富的供给，相应地，提振消费的目标将在更高层面上实现。

提高居民收入水平，最重要的是提高居民可支配收入水平。政府改善社会保障和公共服务水平，可以减少居民在养老、医疗等方面的支出，从而提高居民可支配收入。增加居民的转移性收入，也是增加居民可支配收入的直接举措。2025年适当提高退休人员基本养老金，提高城乡居民基础养老金，对于已经退休的老人来说，这是他们的直接可支配收入。同时，这对于未退休的居民来说，也会传递退休之后的收入预期，从而减少为退休所进行的储蓄，将居民收入中的更大份额用于消费。2025年提高城乡居民医保财政补助标准，也具有类似效果，对于提振消费有直接帮助。

居民收入水平不同，边际消费倾向也不同。一般说来，居民收入越高，边际消费倾向越低。2025年推动中低收入群体增收减负，实际上是在增加中低收入群体的可支配收入，提振消费效果较好。中低收入群体可支配收入的上升，意味着消费能力的提升，消费意愿相应转变，消费层次也会随之上升。

收入还包括财产性收入。宏观经济政策有效实施，稳住楼市股市，资产价格就有望上升，这意味着居民可以从中受益，得到更多的财产性收入，无论楼市还是股市，莫不如此。

总之，老百姓的腰包鼓了，消费能力随之上升，提振消费的目标就能够实现。

## 二、降低消费品的价格和税费负担

消费是价格的函数。商品和服务的价格的下降，也有助于消费的扩大。政府为消费提供价格补贴，在其他条件不变的情况下，也意味着价格的下降，同样有利于消费的提振。消费政策的改进，也能促进消费。2024年“两新”政策的实施，特别是其中的消费品以旧换新政策，促进了消费的扩大。在此基础上，2025年加力扩围实施“两新”政策，进一步扩大政策覆盖面，加上补贴申报流程的优化，消费品以旧换新政策效果将更加明显，进一步促进消费的升级和扩大。

商品交易税费负担的下降，意味着消费者支付的税费总额的下降，也可促进消费。新能源汽车免征车辆购置税，与传统燃油车相比，税费负担轻，近年来新能源汽车消费的扩大与此不无关系。住房交易税费负担的下降，也会促进住房消费。设定普通住宅和非普通住宅标准，同时对后者设定较高的税负，就会抑制后者的交易。随着居民收入的提高，对住房的改善性需求在扩大，美好生活需求中的住宅需求亟待得到更好的满足。取消普通住宅和非普通住宅标准，更重要的是降低交易税负，在其他条件不变的情况下，有助于扩大住宅的消费。对第二套住房征收比第一套住房更高的契税，同样抑制对第二套住房的消费。对第二套住房与第一套住房征收一样的契税，就会促进第二套住房的消费。按1%的税率缴纳契税的住房面积从90平方米提高到140平方米，就会促进更大面积住房的消费。对出售自有住房并在现住房出售后1年内在市场重新购买住房的纳税人，对其出售现住房已缴纳的个人所得税予以退税优惠，这同样有助于住房消费的扩大。总之，根据住房消费改善的实际情况，优化住房交易税费制度，对提振消费是有利的。

## 三、创新多元化消费场景

消费场景的扩大，创新多元化消费场景，也是提振消费的重要举措。单一的消费场景，对于消费的提振是不利的。多元化消费场景，意味着消费有了更多可能。消费新业态提供了更多的体验式消费，创造出新消费场景。科技赋能的数字新消费场景，为满足更多更加多样化的消费需求提供了可能。

放松消费的限制，既是消费场景扩大的表现，也是大力提振消费的重要举措之一。在特定条件下，大城市对汽车牌照、对商品住宅购买的限制，在很大程度上抑制了潜在的消费。汽车牌照的限制，在特定时期可以减少城市中的汽车拥有量，对缓解交通状况有一定帮助。但实际上，改善交通状况的方式很多。过度限

制汽车牌照不见得是最优的选择。提高车辆使用成本，如城市中心区或拥堵地区停车费上涨，就可以大幅减少汽车的使用，缓解交通拥堵。优化汽车牌照管理，可推动汽车牌照价值回归，部分主要为了维持车牌而存在的“僵尸车”将因此不复存在，从而释放出更多的道路资源和停车资源，促进资源的有效利用。对于大城市的郊区和农村居民家庭用车来说，优化汽车牌照管理的好处也显而易见，这些地区公交地铁相对不够发达，出行不便，车辆牌照限制放开，将让这些地区居民的潜在消费有机会转化为现实消费，从而改善他们的出行。此外，优化汽车牌照管理，还可以减少现实中的车牌租用所产生的纠纷，有助于社会和谐。

取消住房限购，同样可以促进住房消费。取消住房限购，可以让一些潜在消费转化为实际消费。住房消费毕竟是大笔消费。影响住房消费的因素很多。对房地产市场健康发展的预期，有助于促进住房消费。取消住房限购，是形成房地产市场健康发展预期的一个重要举措，是用市场的办法来配置住房，让市场在住房配置中的作用得到更充分的发挥。让市场的归市场，政府的归政府。政府在住房保障中的作用不可或缺，如支持改善型住房消费。人民对好房子的期盼，与取消限购一起，可能带来更大规模的住房消费。需要注意的是，取消住房限购，转化为大规模的住房消费，有一个过程。市场条件的配合至关重要。楼市止跌回稳，也将对住房消费预期的形成，起到积极作用。

大力提振消费，要在消费基础设施建设上下功夫。适应线上线下融合消费的新情况，要促进交通基础设施数字化转型升级，推动全社会物流成本的有效降低。

大力提振消费，更要在扩大服务消费上做文章。商品消费达到一定水平，衣食住行基本需求实现之后，改善性需求仍有提升空间，但想要再进一步改善，仍然面对不小的压力。相反，服务消费却有很大的提升空间。文化旅游业是服务消费的重要载体。文化旅游业发展，可以从供给侧层面为促进居民消费提供支持。大力发展文化旅游业，特别是挖掘中华优秀传统文化资源，提升文化旅游业的层次，更好满足人民群众对文化旅游的升级需求。

大力提振消费，要多方用力。居民在市场上消费，要尊重市场的力量。利用好首发经济。首发经济强调“首发”，对于消费者来说，除了消费新产品外，还在感受新产品的新鲜，感受消费多样性，感受时尚新潮和高品质。鼓励发展冰雪经济。冬季北方发展冰雪经济具有得天独厚的优势，但冰雪经济的发展不只是在特定季节才可以发展，应该创造条件，在不同季节，都可以让消费者有机会体验

冰雪经济，做长做优产业链，让不同消费者的消费需求得到更深层次的满足。随着人口老龄化的加剧，老年人数量的增加，是我国人口的新国情。这是发展银发经济的有利条件。根据老年人的需求特点，提供更加适合老年人需要的商品和服务，不仅有助于扩大消费，也可以更好地促进老年人生活品质的提升。

大力提振消费，发挥市场在资源配置中决定性作用的同时，更好发挥政府的作用。财政政策在居民收入的提高、增加居民可支配收入，消费品以旧换新，降低商品交易税费负担，改善消费基础设施建设、降低全社会物流成本，鼓励消费新场景的出现等多个方面都可以发挥积极作用。2025 年我国实施更加积极的财政政策，持续用力、更加给力、更大力度的财政政策应当在大力提振消费中发挥更大作用，更好地推动经济持续回升向好，推动“十四五”规划的顺利收官。

（摘自：《学习时报》原文标题：《大力提振消费须综合施策》2025 年 1 月 1 日）

## 聚焦关键领域大力提振消费

### 一、增强消费意愿能力

中央财办有关负责同志在解读 2024 年中央经济工作会议精神时指出，扩大内需是战略之举，提振消费是重中之重。商务部副部长盛秋平表示，从国际经验看，大国经济的特征都是内需为主导、内部可循环。下一步要把促消费和惠民生结合起来，大力实施提振消费专项行动，推出更多务实举措，持续释放消费潜力，重点从实施消费品以旧换新、创新举办促消费活动、扩大服务消费、培育壮大新型消费、改善消费条件等方面发力。

国务院发展研究中心市场经济研究所研究员陈丽芬认为，扩大国内需求，激发消费潜能，应抓住关键人群提升消费能力意愿。居民收入是消费的基础，社会保障是影响消费的重要因素。要突出就业优先导向，确保重点群体就业稳定，加强灵活就业和新就业形态劳动者权益保障。推动中低收入群体增收减负，改善收入预期。适当提高退休人员基本养老金，提高城乡居民基础养老金，提高城乡居民医保财政补助标准，解决居民消费的后顾之忧。

东方金诚首席宏观分析师王青认为，明年扩内需是重点任务，在扩内需部署中，首先要求“大力提振消费”。这意味着与以往逆周期调节往往更多偏向投资

有所不同，明年各项宏观政策将向提振消费集中用力，推动居民消费加速增长。

有关专家指出，要在增强消费能力、提升消费意愿上下功夫。通过加大财政对终端消费直接投入、提升社会保障水平等多种方式，推动居民收入稳定增长。同时，社会普遍反映，今年“两新”政策效果很好。明年将加力扩围，安排更多资金，把更多消费品纳入支持范围，优化补贴发放流程。。

## 二、创新多元消费场景

商务部数据显示，聚焦首发经济，是本次精品消费月的重要特点。消费月期间，五大城市共举办首发活动 400 余场，引入高能级首店 240 余家，推出首发中心、首发经济集聚区等平台载体 58 个。“商务部将加快出台推动首发经济的政策文件，指导各地找准定位，因地制宜发展首发经济。”盛秋平说。

积极发展首发经济、冰雪经济、银发经济，提供更丰富优质的服务消费供给，满足多元化、个性化、高品质服务消费需求，是创新多元化消费场景，促进文化、旅游、娱乐等休闲服务业发展的重要内容之一。中央财办有关负责同志在解读中央经济工作会议精神时指出，要在适应消费结构变化、增强供需适配性上做文章。加快完善相关支持政策，鼓励各类经营主体提供多元化服务，着力满足居民在健康、养老、托幼、家政等方面的消费需求。

时下正值岁末，商务部表示，将重点组织开展好 2025 年初腊八节的中华老字号嘉年华，全国网上年货节、消费促进月、冰雪消费季等促消费活动，充分满足人民群众迎新年、办年货、赏冰雪等消费需求。通过创新举办消费活动、营造消费氛围，在消费市场的新变化中寻找机遇。

## 三、提升服务供给水平

今年以来，我国持续优化促消费政策、完善相关制度、改善消费环境，消费品以旧换新工作有序推进，拉动消费成效显著。

商务部数据显示，截至 12 月 13 日零时，汽车以旧换新带动乘用车销售量超 520 万辆，其中报废更新超 251 万辆，置换更新超 272 万辆；家电以旧换新带动 8 大类产品销售量超 4900 万台；家装厨卫“焕新”带动相关产品销售超 5100 万件；电动自行车以旧换新带动新车销售近 90 万台。消费品以旧换新政策整体带动相关产品销售额超 1 万亿元。

同时，在促进服务消费政策作用下，服务供给不断优化和扩大，服务消费潜力持续释放。“国际经验表明，一国从中高收入阶段迈向高收入阶段时，居民消

费会从以商品为主向商品和服务并重，再到以服务为主转变。”陈丽芬说。数据显示，前11个月，服务零售额同比增长6.4%，快于商品零售额3.2个百分点。其中，交通出行类、通讯信息类服务零售额均保持两位数增长。

“要抓住关键领域和环节提升消费层级。”陈丽芬分析，随着我国经济发展和居民收入提高，服务消费成为居民消费的主要增量来源、拉动居民消费增长的主要动力。有调研显示，人们把旅游、文化娱乐消费等排在消费意向的前列。

仲量联行大中华区首席经济学家庞溟认为，应坚持通过高质量供给创造有效需求，加快形成需求牵引供给、供给创造需求的更高水平动态平衡和良性循环，针对市场需求、新兴需求、升级需求、人民群众重点需求，提高产品与服务的供给质量和供给效率。

（摘自：《经济日报》原文标题：《聚焦关键领域大力提振消费 | 中国经济新看点》2024年12月30日）

## 以稳就业为核心，三策齐下提消费

中国经济当前的紧要之处，是民间投资与出口不振，消费仍然失其常态，经济元气的颓势和信心的挫伤，依然在艰难的修复之中。稳定消费是当务之急，要消费必须有收入，必须有稳定的工作，稳定的工作又来自高质量的经济的发展，而只有市场化部门的健康有序持续扩展，才是稳定就业和经济发展的源泉。为促进消费“回归”正常状态，宏观政策应转换“刺激”思路，转向以就业为核心目标，以新一轮市场化改革为抓手，增加工作机会，稳定收入和未来预期，同时调整居民部门资产负债表，减轻债务负担，才是稳定消费和持续实现消费升级的根本之道。

### 一、以就业为中心目标的经济政策

把就业问题放在宏观经济决策的核心位置。增加就业可以从就业市场的供需两方面共同发力。从需求侧看，民营经济一直是吸纳就业的主体。我国80%以上的劳动就业是在民营经济实现的。要进一步落实“两个毫不动摇”，着力解决民营经济发展面临的实际问题，提振民营经济发展的信心。同时，要进一步优化国有资本的布局，为民营经济发展释放空间。从供给侧看，需要进一步提高劳动力的质量。我国经济要向创新引领的高质量发展跃迁，人力资本在经济增长中的贡

献将更加重要。为提升国民人力资本及生命质量的各种高层次消费，如保健休闲、知识支出等，将在社会经济中处于更为重要的地位。因此，需要政府调整政策，改变原有思路，引导各类资本转向对“人”的投资，而不是原有经济模式下重视对“物”的投资。这主要表现在服务业领域，比如，科、教、文、卫、体、环境，以及劳动者职业技能持续培训、老人与幼儿照顾等广泛领域，这些领域将是未来“新消费”的潜在发展空间。通过人力资本梯度升级来促进中等收入群体的壮大，从而夯实“消费型社会”的基石。

## **二、推动新一轮市场化改革，减少政府干预，降低宏观税负**

居民净财富流量或者可支配收入，是居民各项收入减除了必须支付的税收、利息等支出后的剩余部分。因此，居民可支配收入由国民财富初次分配和二次分配决定，也就是在要素报酬和税收与转移支付之后剩余的部分。同时，居民实际可支配收入（以购买力衡量的收入）与利率、通货膨胀等都有关系。总而言之，决定居民可支配收入最为重要的是包含税负与非税的“宏观税负率”，这一指标也就是经济主体的社会负担。我国长期以来的经济增长可归纳为政府干预下的赶超模式，通过投资和出口“双轮”驱动，带动经济快速增长。这种模式下社会财富偏重于“国家积累”和“生产者积累”，留给消费者（居民）的“剩余”相对有限。以中国社会科学院经济研究所课题组在厦门降成本课题的测算为例，按全口径计算，厦门市GDP中有接近一半的比重流向了政府，其宏观税负率达到48%。管中窥豹，全国都面临相似格局。如此情形，居民的消费能力必然受到制约。因此必须通过新一轮市场化改革，降低政府在资源配置中的比重，降低宏观税负，改善营商环境，解决“半市场化”“非市场化”顽疾和“市场内”壁垒、“市场间”分割之困。要进一步推动打破行业垄断，积极引入社会资本发展相关行业，以激发各类资本活力，提升竞争性供给的量与质，降低中高层次服务品价格，提高消费质量。

## **三、调整居民部门资产负债表，减轻债务负担**

居民负债及利息支出也是影响居民消费能力的重要因素。因此，调整居民部门的资产负债表，可以显著增强居民的购买力，实现居民长期消费能力的提升。在过去较长一段时期，由于房地产升值速度高于银行借贷成本，居民部门利用债务撬动资产杠杆，我国居民部门的债务扩张十分惊人，负债风险急剧增大，表现为现金流量表不断失衡并导致“入不敷出”风险。刚性的偿本付息支出造成持续

“挤出消费”，尤其对高杠杆居民影响巨大，这将在中长期内拖累总需求。在全社会的资产负债表中，宏观当局应当看到居民部门资产负债表面临的困境。同时，由于我国潜在经济增长速度的下滑，长期利率也必然随之下行，居民债务的高利率也有下调的空间。2023年下半年，央行、金融监管总局提出要降低存量住房贷款利率，这是一个积极的信号。监管部门仍需进一步督促该政策的落实。另外，对于部分深陷债务负担的居民，要积极完善、推进个人破产制度，可以使这部分资产清算并出清，同时促进这些居民重启个人资产负债表。

（摘自：《财经智库》原文标题：《“稳就业”才能“扩消费”——当前刺激消费的误区及稳消费的逻辑》2024年6月）

## 促进消费增速增量向稳向好

中央经济工作会议对2025年经济工作作出全面系统部署，强调要坚持稳中求进、以进促稳，守正创新、先立后破，系统集成、协同配合，将“大力提振消费、提高投资效益，全方位扩大国内需求”排在重点任务之首，提出包括“实施提振消费专项行动”在内的一系列政策措施，更加重视用好消费对经济增长的拉动作用，为积极应对国内需求不足挑战提供了突破口。

### 一、消费增量新、韧性强态势明显

2024年，我国经济总体延续恢复发展态势，消费市场加快从疫后回补转向常态化稳定增长。从全年来看，消费逐步企稳向好势头显现。进一步分析，消费增长趋稳，既得益于消费新动能持续增强，也得益于“以旧换新”、主动开放、一揽子增量政策等的持续发力，这些使得消费呈现出增量向新、韧性趋强的态势。

**一是服务消费成为增长新动力。**近年来，我国消费结构持续升级，服务消费对消费增长乃至经济增长的贡献不断提高。居民服务性消费支出占居民消费支出比重为47.0%，比上年同期上升0.9个百分点。从商品消费向服务消费升级的步伐进一步加快。

**二是数字消费、绿色消费活力强劲。**直播电商、即时零售等新消费模式继续保持增长。11月，我国新能源汽车产销分别完成156.6万辆和151.2万辆，同比分别增长45.8%和47.4%，以其为代表的绿色消费发展正盛。

**三是消费创新加快涌现。**近年来，我国消费领域创新极为活跃，新产品、新

品牌、新场景、新服务、新模式加快涌现，推动了很多新赛道新产业加快成长成熟。上海、北京、广州、天津、重庆等首批开展国际消费中心城市培育建设的5个城市的首店引入数量持续增加，首发经济发展活跃。特别是国潮新品成为消费创新的新增长点，得到广大消费者特别是青年消费群体的追捧。2024年“双11”期间，国产品牌销售火爆，各类具有中国文化内涵或元素的产品销量普遍提升。

**四是主动开放吸引聚集新动能。**我国持续优化免签入境政策和外籍入境人员支付便利化等措施，推动国际消费加快恢复。随着“大额刷卡、小额扫码、现金兜底”支付便利化措施不断推出，外籍人员消费体验也在不断提升。

**五是增量政策成效显著。**2024年，多项促消费政策密集发布，特别是随着一揽子增量政策出台，推动了“以旧换新”政策、降低存量个人住房贷款利率等措施的加快落地，对提振消费意愿、释放消费潜力发挥了重要作用。

## **二、注重发挥消费基础性作用**

提振消费，既是短期稳增长的首要任务，也是中长期高质量发展的战略要求。应当看到，当前消费对经济增长的拉动作用尚不稳固。2024年前三季度，最终消费支出对经济增长贡献率为49.9%。虽然继续发挥了支撑经济增长的基础性作用，但仍较大幅度低于2023年超过80%的贡献率，也明显低于疫情前近60%的贡献率。因此，稳定增长需要更加关注发挥消费的基础性作用，加大力度促消费。

当前，外部环境复杂性、严峻性、不确定性明显上升，消费持续扩大的基础不牢，面临居民收入增速放缓、消费信心偏弱、供求结构性矛盾依然存在等问题，消费持续扩大仍面临困难和挑战。

从中长期看，消费是国民经济总需求的重要组成部分，是现代化国家建设、实现高质量发展的重要内生动力。当前，我国城乡居民消费呈现提质、扩容、创新、转型等新趋势，涌现出服务消费、数字消费、绿色消费等一系列消费新增长点，首发经济、假日经济、银发经济、冰雪经济等为消费增长注入新动能。在此背景下，以政策创新推动消费创新更为重要且十分迫切，不仅可以满足人民群众对美好生活的需要，推动消费提质扩量，而且能够有效推动各产业有序连接、高效畅通，更好发挥超大规模市场优势，从而稳定市场预期，推动经济持续健康发展。

## **三、以政策创新推动消费创新**

**第一，在一揽子增量政策工具中继续加大对消费的支持力度。**重点加大消费

品以旧换新政策补贴资金支持力度，扩大补贴覆盖产品类别，提升补贴申领的便利度，更多支持线下实体商业和农村地区开展以旧换新，进一步激发家电、家装、数码、绿色节能等大宗消费品的消费潜能。

**第二，以提升服务消费为重点加大对多元化生活服务业的政策支持。**支持地方针对服务消费发放消费券，更好释放服务消费潜力。加大对小微服务企业人力资源培训，特别是针对灵活用工较多的行业领域，提高从业者服务技能，稳定服务业就业规模。有序推进养老、文化、体育、医疗等服务领域进一步对社会资本开放，扩大对外开放，转变服务业监管理念和方式，简化审批，优化营商环境，提高监管透明度。

**第三，通过合理增收减负提高消费能力。**加大对中低收入群体的政策支持，促进这一群体增收减负，同时降低中等收入家庭税收负担。适当上调父母赡养、子女教育等个税专项附加抵扣标准，适当提高退休人员基本养老金，提高城乡居民基础养老金，提高城乡居民医保财政补助标准。加快完善收入合理增长机制，完善工资动态调整机制，提升技术工人、新生代农民工等群体的人力资本。

**第四，多渠道增加居民收入。**重点是着力稳住楼市股市。改善消费类企业上市融资的政策环境，推动更多优质科技型、生活服务类企业发行上市、并购重组等案例落地。推动稳楼市与一系列宏观政策结合，合理控制土地供给，盘活存量，加力实施城中村和危旧房改造，充分释放刚性和改善性住房需求。推动构建房地产发展新模式，有序搭建相关基础性制度。

**第五，完善促消费政策和加强基础设施建设。**用好专项资金、贷款贴息、以旧换新等工具，完善现代商贸流通体系，推动流通基础设施建设，加力城乡商业设施、物流配送设施以及一刻钟便民生活圈建设，优化消费环境。

**第六，加快完善扩大居民消费的长效机制。**更好把握消费变革新趋势，重点清除阻碍扩大内需的各种障碍，加快完善促消费体制机制。改进服务消费和市场零售统计调查制度，更为全面真实地反映消费市场发展情况。考虑在国家层面或首批开展国际消费中心城市培育建设的5个城市，加快建立扩大服务消费的领导机制和部门协调机制，增强商务、文旅体教、金融、宣传、科技等部门支持消费创新的政策合力。

（摘自：《经济日报》原文标题：《促进消费增速增量向稳向好》2025年1月2日）

## 各地实践

### 广东广州：提振消费放大招广州打出组合拳

#### 一、大活动撑起大消费

今年9月,广州在全省率先启动加力消费品以旧换新活动,广州市商务局党组成员、副局长罗政介绍,广州率先创新搭建以“发票”为核心、多维度辅助校验的消费品以旧换新公共服务平台,一套行之有效的“广州模式”备受认可11月起,在商务部的统一部署下,广州联动其他四个国际消费中心城市举办精品消费月活动,围绕精品首发、精品购物、精致美食、精典旅游、精彩展演五大环节,举办时尚周、国际购物节、精品美食周、国际美食节、银发乐享生活节等系列促消费活动,发动超1000家企业推出优惠促销措施,带动重点商圈和头部零售企业销售额都有了不同幅度上涨。除了国家的“真金白银”补贴,大展会为城市消费提质扩容提供了重要平台和机遇。广交会是国内规模最大的综合性国际贸易展会,拥有近320万人次庞大客流资源,是激活流量消费的重要增长点。为抢抓展会消费窗口,广交会期间,广州充分发挥主场优势,聚焦“会展+消费”融合促进,全面实施以展促招、以展促贸、以展促消助力广交会高质量发展33条措施,推出首批67件广州“必购必带”城市礼物,举办435场新品首发活动,展出新品115万件,大力发展首发经济,充分挖掘“中国第一展”的流量消费潜能。

#### 二、新举措掀起新高潮

又到年终消费旺季,广州消费活动再上新。分析称,在当前时点各地推出的促消费举措能够激发居民的购买欲望,增加消费支出,从而拉动经济增长,同时还可以促进企业销售,提高就业率,改善市场信心。2024中国(广州)国际时尚产业大会、2024广州环球消费季PROMARKET系列活动、2024广州市文化创意消费活动……当下,广州深挖消费潜力,打好年终“收官战”。11月27日至30日,广州将举办2024中国(广州)国际时尚产业大会,围绕“会、展、秀、购、赛”五大板块,举办花城时尚之夜、产业焕彩之夜、时尚之都·首发广州颁奖典礼、环球消费季PROMARKET等多场活动,打造城市营销窗口和产业交流对接平台。值得关注的是,今年的时尚产业大会将深度聚焦首发经济,推出多个首发,一方面广州将在全国率先发布首发空间指南,结合城市地标性建筑和岭南特色城市景观,推出广州首批32个地标性载体,为首店品牌、新品集中展示和发布提供指引。同时,广

州将首发《2024 中国面料创新竞赛——中大面料精锐榜》《2024 广州消费名品榜单》等系列榜单,以第三方专业视角和经验,赋能时尚之都高质量发展,并发布《2025 时尚趋势白皮书》,助力企业、品牌和设计师未来发展和规划。在众多活动中,2024 广州环球消费季 PROMARKET 系列活动作为年末重点压轴活动值得期待。12 月 14 日,环球消费季 PROMARKET 将正式拉开序幕,系列活动在广州特色产业消费集聚区举办,主要联动越秀区、荔湾区、白云区的流花街道、矿泉街道、站前街道、三元里街道等 3 区 4 街超 30 个特色产业载体,共同策划组织为期 2 周的系列促消费主题活动,充分发挥特色产业对消费的带动作用。系列活动将以周期进行铺排,推出外商必逛市场&湾区必逛市场、“2024 源头尚品@广州”榜单,打造主题穿搭天街集市,举办时尚交流酒会,同时还有超 30 场促消费特色主题活动同步推出,聚焦服装服饰、皮具箱包、美容美发、潮玩创意等多个特色优势品类。本次活动还将首发入境购·湾区特色消费打卡手册,让来穗客商近距离了解和体验广州购物天堂的魅力,打卡最地道、“最广州”的特色市场。消费购打卡线路涵盖 10 条主题线路,辐射越秀、海珠、荔湾、白云、天河等区,打造集“食在广州、乐在广州、潮在广州、美在广州”等于一体的特色消费购线路,通过打卡特色产业购物天堂,一站式解锁广州好物,感受广州浓厚的商业气息和繁盛的商都氛围。

### 三、好政策激活新动能

10 月,在广州市旅游发展大会上,广州收获颇丰,签约了一批总投资规模约 500 亿元的重点文旅项目。广州市文化广电旅游局总工程师李若岚介绍,项目涵盖了旅游街区修缮提升、文商旅综合体发展、主题乐园、演艺基地、文旅服务等类型,“未来这些项目将成为广州文化和旅游产业经济的新增长点,同时也将为市民游客提供更加多样化的文旅消费体验”。文旅消费已经成为国民经济中一个重要的消费领域。李若岚表示,广州将出台《关于促进文商旅体融合发展全面建设世界旅游目的地的意见》《关于促进文商旅体融合发展的若干措施(试行)》两份文件,从宏观指导到具体操作,形成政策组合拳,推动文旅产业高质量发展。同时,广州还制定了“强文旅经济促产业发展”专项行动方案,重点从推进产业提质、做好暖企排忧、创新招商方式、提升服务质量等方面,促进文旅经济能级跃升。好政策接连不断。在火热的影视和数字文化产业方面,广州将出台促进电视和网络剧片创作生产实施办法等文件,支持影视创作人才来穗发展,吸引优质影视机

构落户,加快打造视听交流的广州模式。“我们积极推动‘人工智能+直播产业+实体产业’融合发展,组织虎牙公司、唯品会、荔枝FM和品高、智媒云图等上下游单位,成立了网络直播产业链创新联合体,深入开展协同技术攻关。”李若岚说。为进一步推动文旅消费市场繁荣发展,接下来,广州将举办一系列文旅消费活动。12月5日至11日期间,广州将隆重推出“2024广州市文化创意消费活动”,携手亚洲极具影响力的“广州设计周”,为市民游客带来一场年终文旅盛会。本届消费活动以“文化创意设计引领消费”为主题,集合产、学、研、游、购、玩等文旅消费要素于一体,推出“五个一”组合活动。春节前,广州还将举办萤火虫动漫游戏嘉年华、第五人格职业联赛秋季赛、2024粤港澳电子竞技大赛等动漫节展和电竞赛事,将为年轻朋友带来年度盛会。同时,为了让更多朋友了解广州网红文化产业园区,广州市文广旅局联合“滴滴”广州推出了畅玩广州精品旅游路线主题活动,等待市民游客前来打卡。同时,第21届中国(广州)国际纪录片节系列活动将于11月27日至30日举办,并于12月期间举行“金红棉”公益影展暨中国(广州)国际纪录片节优秀影片展映月活动。第29届广州国际艺术博览会将于12月13日至16日在南丰国际会展中心举行,将为市民游客带来五大洲精美艺术作品。此外,近期还将举办近千场文艺演出、大型演唱会、音乐会、音乐节等活动,还有脱口秀、小型音乐剧、沉浸式表演等小型营业性演出,推动广州市演艺经济持续高质量发展。

(摘自:《南方日报》原文标题:《以旧换新累计带动销售额超340亿元,10月社会消费品零售总额同比增长4.2%提振消费放大招广州打出组合拳》2024年11月26日)

## 四川成都:政策发力消费市场“热”潮涌动

线上平台,极速涌入的东南亚小年轻分享着“二刷”甚至“三刷”成都的内容,用实际行动表明:对成都这座城市有多喜爱;以旧换新成效扩大,对消费市场拉动作用增强。截至12月18日,成都3C数码产品消费券核销3万张,直接拉动消费1.7亿元……成都是西部消费中心城市、全国第2个社会消费品零售总额突破1万亿元的省会城市,建设国际消费中心城市具备独特优势和有利条件。

今年以来，在政策和市场双轮驱动下，消费规模持续扩大，消费新场景、新业态、新模式不断涌现，积极探索促进消费扩容提质和推进高水平开放有机结合的新路子，全力以赴提升“成都消费”核心竞争力和国际影响力，消费市场“热”潮涌动。

### 一、持续激发消费升级新活力

11月16日，成都今年第四轮汽车消费奖励活动开启，活动总金额为1亿元。相较于前面三轮的奖励活动，这次有两大创新亮点——成都市汽车消费奖励活动可和国家、四川省活动叠加，给消费者最大程度的福利；同时，购买二手车亦可参与成都市汽车消费奖励活动。

促消费政策持续发力显效，消费潜力不断释放。

强化政策协调和工作协同，逐步建立“去旧更容易、换新更愿意”的有效机制，带动企业持续受益，更拉动消费不断攀升。

这些数据的背后，是一系列稳增长政策的持续发力。

今年2月，印发的《成都市加快打造国际消费中心城市实施方案》，以“新”为统领，基于成都优质消费资源，强调着力构建多元消费模式。最新印发的《成都市消费空间专项规划（2024—2035年）》明确成都消费行业未来“提升商品消费、扩大服务消费、拓展新兴消费”的发展重点。

连着供需两端，既惠企又利民、既利当前又利长远，成都健全消费新场景新业态培育机制，推动实施“一区一特色”分级分区商圈打造行动，推动春熙路、交子公园等商圈与全球顶级商圈联动打造国际时尚消费地标，优化各类企业参与消费场景营建机制；线上线下搭建产供销对接平台，建立政策奖补实时核算兑付系统……以政策机制创新持续激发消费升级的新活力。

### 二、完善“成都消费”品牌建设体系

成都东郊记忆艺术街区内，平均一天一场的国内外知名艺人演唱会，吸引无数年轻人扎堆；三体沉浸式艺术展、苏东坡沉浸式宋韵艺术展等场景，带来全新感官体验……今年的“五一”，东郊记忆成为许多游客争相追捧的热门目的地。

作为消费新场景，活化利用工业遗存资源，通过数字技术改造提升传统旅游消费场所，让工业遗址“留下来、潮起来”，是东郊记忆“出圈”的关键。

新的消费场景加速涌现，新的品牌正持续激发人们的消费热情。眼下，在消费领域，“首发”二字似乎总能抓住大家的目光，它意味着新的产品亮相、进驻，

甚至是新的生活方式和理念。

“首店”是“首发经济”中的重要内容。

为进一步积极抢占“首店经济”优势，前不久，成都市商务局发布《成都市商务商贸园区“产业集群提能级攻坚”行动方案》中就曾透露，未来将重点培育多个服务业聚集区、重点商圈，预计至2025年、2027年、2029年底，推动全市商务商贸园区分别新落户高能级首店130家、145家、160家以上，分别开展首秀、首发、首展活动30场、40场、50场以上。

从积极培育文娱旅游、体育赛事、国货潮品等国际消费新热点，再到打造医疗美容、川派餐饮、中医药等“成都服务”品牌，举办国际车展、国际美食嘉年华等展会活动，成都正持续完善“成都消费”品牌建设体系，并深化国家消费品工业“增品种、提品质、创品牌”战略示范城市建设，加快打造全球优质消费资源集聚地，以优质供给，激发消费活力。

### 三、着力打造国际游客首选城市

“从大慈寺走出来，是一个很酷的购物区。太古里，这里几乎有你能想象到的所有奢侈品品牌，当然，还有很多我以前没听过的商店，里面各种精美的商品真的让人很有购买的冲动。古老又现代，我真的太爱这里了。”7月，视频博主Zam在自己社交媒体的分享中这样讲述自己的第一次成都旅行。

越来越多外国游客出现在成都街头，许多外国游客在社交媒体上称：“还会再来。”但如何将这些“流量”变为“留量”？便捷的服务、消费业态丰富和产品升级是核心。

精准解锁“服务”。从便利化入手，成都持续“加码”。

今年3月，成都发布《外籍来蓉人员消费支付服务指引》，为让“老外”“不见外”，成都又在9月初，公布了第一批离境退税“即买即退”商店名单。在成都IFS，符合条件的境外旅客在商场内所有退税商店消费后，拿着购物小票和退税申请单，就可直接前往商场集中退付点申领退税款，当场就能办理退税，拿着现金后还能继续进行二次消费。

刚刚，成都又掀起了新一轮的消费热潮——成都市商务局在12月20日至明年2月14日推出其乐融“蓉”新春消费季，而消费季聚焦年货购物、以旧换新、餐饮消费及文体消费四大消费主题，联动各区(市)县将推出200余场促消费活动，为的就是让市民游客在成都可以玩得过瘾、买得尽兴。

细节中看得到用心。用好过境免签、市内免税店设立等政策机遇，成都在完善机场、公共交通工具、酒店商场、景区景点、街巷等场所外语标识设置的细微处用心，在开展线下支付、离境退税、消费维权【下载黑猫投诉客户端】、体验评价等便利化服务中创新探索，着力打造国际游客首选城市。

（摘自：《成都日报》原文标题：《政策发力消费市场“热”潮涌动》 2024年12月31日）

## 上海：“文博热”升温点燃文化消费热

到文博场所看展，已经成为了上海市民的日常休闲方式。优质而丰富的品牌大展，也吸引着海内外游客纷至沓来，成为文旅引流的重要支撑点和流量密码。文博场所为文化消费打造了一个个新场景、新业态，周边文创、餐饮酒店，文化IP的溢出效应正在与日俱增。越来越火爆的文旅展览，不仅提升了城市的文化软实力、拉动了都市的文化消费，也扩大了上海文化品牌的影响力。

### 一、一份源于镇馆之宝的“国宝食单”

“上海博物馆真是太全面了！”有小红书网友在网络上晒出了“上博食谱”后，引发了博物馆爱好者的感叹。去年12月28日起，上海博物馆东馆餐馆“宝鼎轩”开始在午餐时段试运营，呼应东馆的全面建成开放。

元旦以来，上博东馆的参观者与日俱增，在展厅参观后纷纷上楼尝鲜。食单定名“暮岁·妙染”“暮岁·墨韵”，印在洒金宣纸上，四道前菜三道主菜，汤品小点水果一样不少。配餐设计的创意来源于上博的镇馆之宝南宋缂丝《莲塘乳鸭图》和怀素《苦笋帖》，不到200元的售价让这两套中式高端料理受到了一众好评，在小红书等社群媒体上，网友点赞评论它高端但不高价。

在博物馆高层的景观餐厅品味历史，畅享美食。这里不仅有历史的璀璨珍宝，还有一处融合文化与美食的文化消费空间。“每一道菜肴都仿佛是上博的收藏宝物，精心烹制，用心雕琢，食材的新鲜碰撞历史的韵味。”小红书网友AJJAO说。

### 二、一个大展带来的文化消费新样本

上海博物馆在去年岁末亮出成绩单，657万人次海内外参观者点燃了史无前

例的文化消费，成为去年上海文旅消费浓墨重彩的新增长。人民广场馆举办了现象级展览“金字塔之巅：古埃及文明大展”。这个有史以来全球最大规模、亚洲最高等级的古埃及文物出境展览，创下全球展览的多项新纪录。

上海博物馆副馆长李峰介绍，配合“古埃及文明大展”，上博打造出了“一站式文旅体验新场景”，包括博物馆奇“喵”夜，“消失的法老”沉浸式体验项目，“上博号”主题游轮“从尼罗河到黄浦江”，往返于人民广场和上博东馆之间的双层巴士，“开往古埃及”2号线上博地铁专列，《埃及猫神庙》移动端小游戏；与南京路步行街区、淮海中路—新天地街区、豫园商城等重点商圈联手打造一站式商旅文展体验新场景，特别推出“一票享惠黄浦”等系列活动；研学教育服务和剧本游《萨卡拉的秘密》等，进一步激发了文旅消费动能，迎合年轻人热衷打卡的买买买热情；在淮海中路主街黄金地段合作开设埃及展文创快闪店等，打造“商旅文体展”联动的示范样板。另外，在人民广场商圈的宾馆酒店因为“古埃及文明大展”的举办，OPARTMENT 远东饭店推出宠物友好服务，消费者可以带宠物猫来看展住宿，其预订数量显著上升。

### 三、一种“文博热”引出的消费新理念

“种草”是近年的网络流行语，本义即播种草种，现指推荐好货以吸引消费的行为。在上海，博物馆美术馆通过不竭的创造力，接连不断地策划出高品质的展览，将“为一个馆，赴一座城”的文化消费理念，植入文化爱好者的心理。

除了上海博物馆制作出现象级展览“金字塔之巅”之外，无独有偶，去年中华艺术宫（上海美术馆）共接待观众约 175 万人次，较前年增长 66%，文创销售额达到前年的 223%以上。

开馆 3 年多的浦东美术馆，全年常态化夜间开放至晚上 9 时，仅在春节期间闭馆 3 天。馆方希望为更多观众创造边赏艺术盛宴，边赏无敌美景的独特体验。从《卡拉瓦乔与巴洛克奇迹》《普拉多博物馆中的西班牙往事》，到《对话透纳：崇高的回响》，浦美与众多世界级艺术机构携手办展，全年汇聚来自全球的近 70 万人次观众。

### 四、一场“现象展”带出的可推广可复制模式

周边联动、溢出效应、长尾影响力……上海的文博场馆在 2024 年收获颇丰，这份成绩单里是否藏有“成功密码”？

复旦大学经济学院副教授、新兴市场经济研究中心主任刘军梅解读认为，上

海博物馆“金字塔之巅”等展览的成功案例，对上海进一步打造国际文化大都市、拉动高端文化消费来说，很有借鉴意义。博物馆美术馆通过不断地发掘文物内涵、跨界合作、数字化创新，能让文物“活”在当下，让上海这座城市始终保持文化的新鲜感和吸引力。

“可以借鉴上博思路，把海派文化、红色文化、江南文化这些传统文化元素跟二次元、电竞或其他年轻潮流结合起来，形成新的文化爆款。只要运作得当，大家就会自发地来打卡拍照、发朋友圈，带动整个消费链条，包括周边的商圈、餐饮、住宿等等。只有这样才能让 IP 不只是一阵风，而是能持续产出新内容、新玩法的长期运营模式。”刘教授指出，要让高端文化消费“旺”起来，要把文化内容、商业运营和现代科技更多融合起来。

上海博物馆党委书记汤世芬表示，“金字塔之巅：古埃及文明大展”这样的单个特展文创销售等多项纪录被刷新，实现了社会效益与经济效益的双丰收，为上海及全国博物馆事业高质量发展提供了重要的示范样本，以“现象级”大展再定义博物馆，也创下了全球展览的一个奇迹。下一步，上海博物馆还将继续围绕重磅展览，持续放大“文博热”溢出带动效应，为深化文化体制机制改革，推动高质量发展和高水平对外开放不断注入文博新动能、塑造文博新优势。

文化是城市的灵魂，上海是一座充满文化气息的城市。像上博“金字塔之巅：古埃及文明大展”这样的文博大展，正在不断产生溢出效应，为高品质文化消费引流，持续为这座国际文化大都市注入新活力。

（摘自：《新民晚报》原文标题：《优质而丰富的品牌大展，成为申城文旅引流重要支撑点和流量密码“文博热”升温点燃文化消费热》2025年1月7日）

## 江苏：走入 2025,江苏深化文体旅联动提振消费

创意十足的特效烟花直冲百米高空，一声声快门声随即响起，试图将团团花火定格；时至零点，代表祈福的大钟准时敲响，和游客一同迎接新年的风调雨顺。2024年12月31日晚上的常州舜山小镇，挤满了前来跨年、祈福的游客。烟火升起，江苏文旅的魅力在绚烂中尽显。

告别 2024，走入 2025。12月31日，江苏省政府召开新闻发布会，就日前印发的《关于进一步促进文体旅联动提振消费的若干举措》（以下简称《若干举措》）

进行解读。记者在会上获悉,《若干举措》自 2025 年 1 月 1 日起施行,至 2025 年 12 月 31 日结束,围绕支持举办演唱会音乐节、支持优秀剧目文艺演出、支持举办高品质高流量临特展、支持重大体育赛事、促进入境旅游恢复发展、进一步提升境外人士支付服务便利性、支持打造优质文旅线路、支持商旅文体融合促消费活动、支持发展文旅新业态、支持“夜经济”品牌十个方面,提出具体奖励措施,初步统筹专项资金 2 亿元用于奖励兑付。

## 一、告别 2024 的璀璨烟火

跨年夜的璀璨烟火,是江苏夜间文旅发展的缩影。近年来,江苏把繁荣发展夜间文旅经济作为拓展文旅消费新时空的重要手段,多措并举促进夜间文旅消费。

“江苏在全国率先出台了省级夜间文旅消费集聚区建设指南和评价指标,先后三批认定省级集聚区 45 个,其中有 16 个入选国家级集聚区。”省文化和旅游厅副厅长李川介绍道。文旅消费热闹非凡,文化作品精品不断。省委宣传部电影处处长祝筱炜介绍:“江苏不断完善重点电影创作生产服务指导机制,充分调动和激发各创作主体的积极性,相继推出《守岛人》《封神第一部:朝歌风云》《八角笼中》《再会长江》等一批优秀影片。”为进一步拉动电影消费,推动电影市场繁荣发展,2024 年 8 月,江苏还推出了电影消费惠享活动,共计发放电影消费券 3000 万元。文化产业的繁荣,离不开财政的支持。近三年省财政统筹中央资金累计安排 100 亿元支持“大文化”事业发展,累计安排 24.21 亿元支持体育事业发展;推出“苏旅贷”金融产品,累计投放 10 亿元贷款规模,满足中小微文旅企业多样化的融资需求;投入 38.2 亿元,支持长江、大运河国家文化公园的规划编制及文化研究;安排 1500 万元发放电影消费券,加大财政资金惠民直达的力度……省财政厅副厅长倪国强介绍,去年前三季度,全省旅游产业增加值 3669 亿元,银联渠道文旅消费 8880 亿元,同比增长 5.5%,占全国文旅消费总额的 10%,居全国第一。

## 二、推动转型升级的有力举措

记者了解到,当前我省文体旅产业正处在高质量发展的重要战略机遇期,文体旅产品需求和供给也面临着转型升级的挑战。比如,人民群众期待能有更多高能级的演唱会、演出、文博展览、自主 IP 赛事等文体旅活动供给;文体旅产业经营主体自身做大做强的同时,也期待政府能在政策上再“推一把”“加加力”;与文体旅活动相配套的公共服务水平还有待提升等等。在此背景下,《若干举措》将如何加大文体旅融合发展支持力度、为文体旅发展赋能?李川表示,江苏此次出

台的政策, 主要在支持产品新业态、创新激发消费活力、拓展文旅市场等方面给予支持。如创新业态产品, 丰富文旅消费新供给方面, 这次推出的政策将对主办单位引进国内外高质量、高能级的演唱会、音乐节, 按照每站累计售票人次给予奖励; 对主办单位创作或引进国内外知名院团的优秀剧目, 平均售票比率达到 85% 以上的, 按累计售票人次给予奖励; 对举办或引进国内外高品质、高流量文博美术临展、特展的主办单位, 也按累计售票人次给予奖励。此外, 还鼓励各地因地制宜积极发展邮轮游艇、房车露营、低空飞行等产品。同时, 为激发市场活力, 拓展文旅消费新空间, 《若干举措》鼓励在线旅游企业推广具有江苏特色的优质文旅线路及新的产品和业态。针对全年过夜游客累计订购达 30 万人次的在线旅游企业, 依据平均增幅分三个档次予以奖励。“这个政策旨在通过财政激励, 充分调动在线旅游企业积极性, 促使其借助线上线下相结合的多元化宣传手段, 进一步打响‘水韵江苏’文旅品牌。”李川说。

### 三、迎接 2025 的诗意江苏

跨年夜的一声声喧闹, 不仅为 2024 年江苏文旅消费收尾, 也宣告了充满活力与朝气的 2025 年的到来。新的一年, 江苏群策群力, 将进一步深化文体旅联动, 以提振消费。体育赛事活动是培育新型消费、赋能经济增长的重要抓手。目前, 江苏体育赛事的规模、效益都走在全国前列。去年以来, 全省共举办全国以上竞技体育赛事 160 项次。省体育局副局长刘彤表示, 为进一步细化贯彻落实措施, 省体育局制定了《若干举措》配套实施方案, 以加强对赛事的支持, 同时进一步释放赛事经济活力。今年江苏将筹办好 2025 年世界跆拳道锦标赛、世界室内田径锦标赛、世界青少年击剑锦标赛等重大国际赛事, 继续办好环太湖国际公路自行车赛、中国羽毛球公开赛等赛事, 还将举办首届全省城市足球联赛, 以及多项全省群众性品牌赛事活动, 同时加大“村界杯”“村 BA”“村跑”等群众身边赛事活动的供给力度。近年来, 江苏文化消费规模快速壮大, 对经济社会发展产生强大拉动作用, 培育了咪豆音乐节、太湖湾音乐节、大运河马拉松系列赛等一批文旅消费活动品牌。由江苏大剧院创排的民族舞剧《红楼梦》, 自 2021 年 9 月 23 日首演以来, 已走过 30 余座国内外城市, 巡演近 300 场。省委宣传部文化产业处处长徐伟表示, 省委宣传部将会同省有关部门, 用好本次发布的《若干举措》, 推出更多优秀剧目, 同时加大资金扶持, 优化省级文化产业专项资金管理使用模式, 发挥财政资金激励引导撬动作用, 支持符合条件的县(市、区)加大对主题乐园、演艺

剧场、优质节展等文化消费相关项目的投入力度。倪国强表示,为保障好文体旅联动提振消费十条措施的落地落实,切实激发文体旅行业经营主体的热情,满足广大群众对文体旅消费的需求,省财政厅将做到足额保障兑付资金。在2025年度预算编制过程中,优先保障促消费政策兑付,统筹安排专项资金2亿元,确保政策落实到位;简化兑付流程,此次文体旅促消费政策实行“免申即享”“直达快享”;提升兑付效率,让经营主体尽早享受到政策红利。

(摘自:《江苏经济报》原文标题:《走入2025,江苏深化文体旅联动提振消费》2025年1月2日)

## 广西:生活焕新,提振消费市场

汽车换“能”、家电换“智”、家装厨卫“焕新”……当下,消费品以旧换新政策暖风频吹,激活消费市场一池春水。截至目前,广西消费品以旧换新活动累计参与人数突破百万人次,惠及百万家庭,带动交易额超百亿元,撬动消费市场持续回暖。

### 一、以旧换新,换来增长新潜力

进入存量市场时代,家电、汽车、家居用品等大宗耐用品消费增速放缓,以旧换新政策如同及时雨,加快释放消费潜力,“焕”动消费新热潮。在国家政策明确补贴标准的8类家电产品基础上,我区根据居民消费习惯和消费市场情况,以绿色化、智能化为导向,自主扩充家电补贴品类,共计将19类家电产品纳入以旧换新补贴范围。政策不断扩围,补贴持续加码,申领流程优化……广西立足区情创新举措,加力实施消费品以旧换新行动,成果显著,消费品以旧换新被列入商务部“第一批消费促进优秀实践”。前不久,最新版国三车报废政策出台,汽车报废更新补贴提标,新能源车、燃油车分别提高至2万元、1.5万元,汽车置换更新补贴分别最高提至1.8万元、1.5万元。

### 二、真金白银激活了消费者的潜在需求

截至目前,全区汽车以旧换新超过7.5万辆,日均汽车以旧换新申请量占新增汽车开票份数的75%,直接拉动汽车销售金额近91.8亿元。这意味着,广西每售出的4台车中就有3台是通过以旧换新活动购入的。消费品以旧换新,一头牵动企业投资,一头影响居民消费,新旧替换间有效撬动增量和存量两个市场,是消费升级和经济发展的重要推动力。受利好政策驱动,品牌车企顺势推出具有竞争

力的新品,新能源汽车销量大增。多地经销商销售火爆,呈现供需两旺的繁荣景象。“在销售增长的拉动下,产品销量结构得到有效调整、产品库存得到优化,企业整体库存下降 40.8%,是近 3 年来库存最低的时期。”上汽通用五菱产品营销中心负责人表示。

### 三、关键是打造消费新场景,培育消费新增长点

促消费稳增长,关键是打造消费新场景,培育消费新增长点,不断满足人民对美好生活向往带来的消费新需求。广西首家大型机械探险闯关主题乐园“鲁班奇幻工厂”开业,主题乐园以科技赋能传统文化,引爆亲子游;在“梦幻灵境”AI 展演中心,沉浸式体验的视听盛宴,让剧目展演场场爆满;南宁青秀山风景区绽放新“夜”态,国庆假期单日接待游客量创下最高 12.5 万人次的历史新纪录……为激发文旅消费潜力,我区创新旅游产品供给,实施“串珠成链”“文化润景”“景区焕新”第 2 页共 2 页工程,丰富旅游业态,优化配套服务,让远方来客既“打卡”又“刷卡”,将文旅流量转化为广西经济发展增量。除了扩大汽车、家电等传统消费,积极释放文旅消费需求,培育壮大数字、绿色、健康等新型消费成为扩大内需重要增长点。近日,各大电商平台启动“双十一”网络促销。在天猫发布的第一阶段品牌成交排行榜中,螺蛳粉再次上榜粮油速食品类爆款商品。10 月 30 日,广西螺霸王食品科技有限公司生产车间,机器轰鸣全速运转,随着线上订单量大幅增长,各条生产线开足马力生产,迎接即将到来的销售高峰期。为拓展新的线上消费场景,自治区商务厅组织开展桂品网上行、县域特色产品溯源直播、东盟好物网购节、广西新丝路跨年电商节等网络促消费活动,推动线上线下融合,培育电商品牌,激发数字消费活力。“抢抓岁末年初消费旺季,结合消费品以旧换新政策,我们将持续开展汽车家电展销、下乡、巡展等各类活动,推动汽车、家电等重点商品消费回升,开展桂菜名菜、广西名小吃推广促销、老字号嘉年华等系列活动,释放服务消费潜力。”自治区商务厅副厅长朱雁玲表示。不断“上新”的产品服务、日益丰富的消费场景、接连涌现的消费新增长点……我区消费市场持续火热,正成为经济社会高质量发展的新亮点。

(摘自:《广西日报》原文标题:《生活焕新,提振消费市场》2024 年 11 月 4 日)

## 简介

湖北省图书馆始建于1904年，是中国近代史上最早成立、最先对外开放的官办省级公共图书馆，历经百余年文化积累与传承，现已跨入全国先进行列，获“全国文化工作先进集体”、“国家一级图书馆”、“省级最佳文明单位”等荣誉称号。湖北省图书馆于2012年迁入位于公正路的新馆舍，面积达10万余平方米，馆藏总量达1057万余册(件)，其中古籍善本达46万余册，可供读者使用的数字资源总量达1230TB，近50个学科(领域)文献达到或接近研究级水平，被誉为“楚天智海”。

湖北省图书馆设有信息咨询部，常年开展参考咨询工作，整合、开发馆藏文献信息和网络资源，为用户编制专题书目等二、三次文献；提供文献传递服务；为科研读者提供定题服务和跟踪服务；为党政机关提供立法决策服务。开展读者信息素养教育，介绍图书馆基本知识及数据库使用方法。

此外，湖北省图书馆还发挥在图书馆业界的优势，纵向依靠常年合作单位国家图书馆立法决策服务部，横向联合上海图书馆、中国科学院武汉文献情报中心以及各高校图书馆，为“两会”代表和委员决策履职，为广大群众知政参政，发展全过程人民民主提供多方位的服务。

本辑内容均摘自公开发行的图书、期刊、报纸、数据库和权威网站，版权归著作权人所有，且内容并不反映本单位之意见及观点，如需其他资料，欢迎到湖北省图书馆服务区与工作人员联系代查。

---

**本版编辑：**赵中华

**编辑单位：**湖北省信息咨询部

**联系地址：**武汉市武昌区公正路25号

**邮政编号：**430071

**联系人：**王锦东 027-65398620

张旨书 027-65398636